

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ І ПЕРЕКЛАДУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____ Л.Г. Буданова
«__» _____ 2022 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТР

ЗА СПЕЦІАЛІЗАЦІЄЮ «ГЕРМАНСЬКІ МОВИ ТА ЛІТЕРАТУРИ
(ПЕРЕКЛАД ВКЛЮЧНО), ПЕРША – АНГЛІЙСЬКА»

Тема: *ВІДТВОРЕННЯ КОМІЧНОГО ЕФЕКТУ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ:
МУЛЬТИМОДАЛЬНИЙ АСПЕКТ (НА МАТЕРІАЛІ РАДІОШОУ «CABIN
PRESSURE»)*

Виконавець: студентка групи ФЛ-201«Мз» БАТУРА ХРИСТИНА ВІКТОРІВНА

Керівник: канд. філол. наук, доцент ПОЛЯКОВА ОКСАНА ВІКТОРІВНА

Нормоконтролер: _____ (Кондратенко Юлія Вікторівна)

Київ 2022

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій
Кафедра англійської філології і перекладу
Спеціальність 035 Філологія
Спеціалізація Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська

ЗАТВЕРДЖУЮ
В.о. завідувача кафедри
_____ Л.Г. Буданова
«_____» _____ 2022 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання дипломної роботи

Батура Христина Вікторівна

(прізвище, ім'я, по батькові випускника в родовому відмінку)

1. Тема дипломної роботи Відтворення комічного ефекту в українському перекладі: мультимодальний аспект (на матеріалі радіошоу «Cabin Pressure») затверджена наказом ректора від «_____» _____ 2022 р. № _____
2. Термін виконання роботи: з _____ по _____
3. Вихідні дані роботи Мета дослідження полягає у визначенні мультимодальних засобів творення комічного в англійськомому радіошоу «Cabin pressure» та способів їх відтворення українською мовою.
4. Зміст роботи: Розділ 1. Теоретичні аспекти дослідження стилістичних засобів творення комічного ефекту у мультимодальному тексті. Розділ 2. Методологія дослідження засобів творення комічного ефекту в мультимодальному тексті. Розділ 3. Відтворення стилістичних засобів комічного у радіошоу «Cabin pressure» українською.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу:
Додаток А містить схему основних положень мультимодальності (за Г. Кресом та Т. Луївеном); Додаток Б містить таблицю класифікації стилістичних засобів Ю. М. Скребньова; Додаток В містить схему представлення методів та етапів дослідження; Додаток Г містить діаграму відсоткового показника використання стилістичних засобів творення комічного у радіошоу «Cabin pressure»; Додаток Д ілюструє таблицю стилістичних засобів творення комічного у радіошоу «Cabin pressure» та їх переклад українською; Додаток Е містить діаграму, яка ілюструє відсотковий показник способів перекладу стилістичних засобів творення комічного в англійськомому радіошоу «Cabin pressure»

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1	Підготувати та узгодити розширений план-конспект дипломної роботи.	до 16.09	
2	Підготувати чорновий варіант роботи	до 17.10	
3	Урахувати рекомендації наукового керівника, опрацювати та внести результати додаткових досліджень, що проводилися під час переддипломної практики, підготувати чистовий варіант роботи.	до 24.10	
4	Оформити чистовий варіант роботи та подати його науковому керівникові для підготовки відгуку та організації рецензування.	до 28.10	
5	Подати роботу до комісії з попереднього захисту дипломних робіт.	до 05.11	
6	Подати остаточний варіант роботи в оправі, а також повний пакет супровідних документів на випускову кафедру.	за тиждень до початку роботи ЕК	

7. Консультація з окремого(мих) розділу(ів):

Назва розділу	Консультант (посада, ПІБ)	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв

8. Дата видачі завдання: «_____» _____ 2022 р.

Керівник дипломної роботи

(підпис керівника)

(П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання

(підпис випускника)

Батура Х.В.
(П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Дипломна робота «Відтворення комічного ефекту в українському перекладі: мультимодальний аспект (на матеріалі радіошоу «Cabin Pressure»)»: 100 с., 2 схеми, 2 табл., 2 діаграми, 101 літературне джерело.

Об'єкт дослідження: стилістичні засоби творення комічного ефекту, вилучені методом наскрізної вибірки з комедійного радіо-шоу «Cabin pressure».

Мета роботи: визначити мультимодальні засоби творення комічного в англomовному радіошоу «Cabin pressure» та способів їх відтворення українською мовою.

Методи дослідження: загальнонаукові методи індукції та дедукції; метод перекладацького аналізу; лінгвостилістичний аналіз; контекстуальний аналіз; мультимодальний аналіз; метод кількісних підрахунків; порівняльний аналіз.

Результати магістерської роботи рекомендується застосовувати для розв'язання практичних проблем, пов'язаних з англо-українським перекладом. Матеріал дослідження може бути корисним для студентів під час підготовки до семінарів з практики письмового та усного перекладу, а також визначаємо можливість його використання при підготовці відповідних розділів підручників, навчальних посібників, у лекційних курсах зі стилістики англійської мови, теорії перекладу та перекладу галузевої літератури, на практичних заняттях тощо.

**КОМІЧНИЙ ЕФЕКТ, МУЛЬТИМОДАЛЬНІСТЬ, МУЛЬТИМОДАЛЬНИЙ
ТЕКСТ, ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ТРАНСФОРМАЦІЇ, СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ**

ЗМІСТ

Вступ

Розділ 1. Теоретичні аспекти дослідження стилістичних засобів творення комічного ефекту у мультимодальному тексті.....	10
1.1. Поняття комічного та його функціональні різновиди	10
1.2. Поняття мультимодальності як лінгвістичного явища.....	13
1.2.1. Особливості аудіо тексту як мультимодального тексту.....	17
1.2.2. Специфічні риси художнього перекладу мультимодального тексту.....	21
1.3. Виразальні засоби мови та стилістичні прийоми.....	24
1.3.1. Засоби творення комічного ефекту в мультимодальному тексті	26
1.3.2. Адекватний переклад стилістичних засобів творення комічного у мультимодальному тексті.....	28
Розділ 2. Методологія дослідження засобів творення комічного ефекту в мультимодальному тексті.....	32
2.1. Способи перекладу засобів творення комічного ефекту українською	32
2.2. Етапи та методи дослідження засобів творення комічного ефекту у мультимодальному тексті.....	37
Розділ 3. Відтворення стилістичних засобів комічного у радіошоу «Cabin pressure» українською.....	42
3.1. Особливості засобів творення комічного ефекту у радіошоу «Cabin pressure»	42
3.2. Переклад засобів комічного у радіо шоу «Cabin pressure» українською	44
3.2.1. Відтворення засобів стилістичної лексики у перекладі українською.....	44
3.2.2. Відтворення засобів стилістичної семасіології у перекладі українською	52
3.2.3. Відтворення засобів стилістичного синтаксису у перекладі українською	59
3.2.4. Відтворення засобів стилістичної фонетики у перекладі українською.....	65
Висновки	73
Список використаних джерел	78
Додатки	87
Додаток А	88

Додаток Б.....	89
Додаток В.....	90
Додаток Г.....	91
Додаток Д.....	92
Додаток Е.....	100

ВСТУП

Поняття комічного і до сьогодні є одним із дискусійних питань філології, оскільки воно часто ототожнюється зі спорідненими поняттями таким як сатира, сарказм, гумор, іронія, гротеск, пародія, бурлеск, дотеп, карикатура. Наукове дослідження поняття комічного відображено у роботах С.П. Білокурової [99], Н.Ю. Степанової [71], О.М. Линтвар [46], Ю.Б. Борева [6], А.В. Дмитрієва [24], А.В. Карасика [35], А.Н.Мороховського [53]. Слідом за А.А. Кононою, ми визначаємо комічне як комплексний процес, який ґрунтується на грі зі змістом та відрізняється різноманітністю типів, стратегій та правил, вибір яких залежить від різних аспектів культурного та соціального середовища [33, с. 13]. Засоби творення комічного варіюються залежно від типу тексту. Дослідження мультимодального тексту комедійного жанру є своєрідною прогалиною в теорії перекладознавства, а отже потребує вивчення.

Таке явище як мультимодальність позначає паралельне залучення кількох органів чуття в процесі сприйняття інформації. Оскільки одними із каналів передачі інформації є телебачення та радіо, зростає інтерес до вивчення мультимодальності у лінгвістиці та теорії перекладу. Дослідженням зазначеного явища у літературі займались Г. Крес [76], Г. Є. Крейдлін [40], Т. В. Вдовіна [16] та А.А. Кибрик [37], які сходяться у думці, що мультимодальним може бути будь-який аудіовізуальний продукт, музичний твір, кінофільм, радіошоу, оскільки інформація, яка міститься у них транслюється одразу за допомогою кількох сенсорних каналів сприйняття.

Мультимодальність є комбінацією різних модальностей, які можуть бути виражені інтонацією, морфологічними, лексико-граматичними та іншими засобами та які інтегруються за структурою, семантикою, дискурсом та риторичними функціями в контексті соціальної взаємодії [26, с. 14]. Мультимодальний аналіз аудіотекстів включає в себе не тільки вербальний компонент звукового коду, а й просодичний компонент, оскільки просодія є важливою складовою усного мовлення і відповідає за його сегментацію, а також відображає емоції людини, що є особливо важливим в процесі аналізу аудіотекстів. Просодія дуже різноманітна – існують

десятки просодичних явищ і більшість з них семантично навантажені. До найбільш очевидних відносяться паузи, наголоси, тони в наголосах, темпові характеристики, тональні реєстри, ступені редукції, гортанні ознаки, гучність і т. д. [37, с. 79]. Щоб переконатися в інформативності просодичного каналу, достатньо уявити усне мовлення без просодії та інтонації. Або навпаки, згадати про те, що розмова за стіною, в якій чутний лише просодичний контур, але не чутний вербальний компонент, буває частково зрозумілою [37, с. 80].

Просодичні компоненти, які є складовими мультимодальності, зазвичай передають психологічний стан людини, вираження почуттів та емоцій, в тому числі й гумору. Гумор – один із найцікавіших і найскладніших проявів людської природи, заснований на нерозривному зв'язку між свідомістю та мовою. Когнітивний за своєю природою, гумор – культуро-специфічне явище, що відображає особливості менталітету та культури нації та є прямим відображенням свідомості та культури окремої людини. Іншими словами, гумор є репрезентацією як національної картини світу, так і індивідуальної картини світу людини, що жартує, в якій маніфестується концептосфера цього народу [50, с. 117]. Таким чином, комічне завжди поєднує у собі традиційне для народу світосприйняття із ситуативно-обумовленою реакцією конкретної людини на навколишній світ. Саме така реакція і транслюється за допомогою різних мовних та просодичних засобах в аудіотекстах.

З погляду лінгвістики, комічне вважається соціальним інструментом, що дозволяє ефективно знімати психологічне напруження та покращувати взаємини між людьми [2, с. 102]. Феноменологія комічного, як елементу сміхової культури певної лінгвокультурної спільноти, може бути розглянута лише на основі поєднання виділення загальних характеристик комічного, як загального способу представлення відображення буття, та врахування етнокультурологічних та лінгвістичних особливостей його реалізації у певному комунікативному просторі, яким у нашому дослідженні є аудіотекст. Радіошоу є мультимодальним об'єктом, гумор у ньому виникає не лише на ситуаційному рівні (коли ситуація, в яку потрапляють герої є кумедною), а й виражається за допомогою лінгвостилістичних засобів, адже саме вербальний гумор створює комічність ситуації. Для реалізації такої цілі залучаються

засоби творення комічного на різних мовних рівнях. Тому з цього випливає необхідність правильно відтворити комічне у перекладі аудіотексту.

У перекладознавстві виділяють такий вид перекладу як аудіовізуальний, тобто особливий вид перекладацької діяльності, оскільки його не можна віднести ні до усного, ні до письмового перекладу, але в той же час, він знаходиться між цими двома рівнями перекладу. Об'єктом аудіовізуального перекладу є кінотекст, який має важливі ознаки, що відрізняють його від художнього тексту. За словами Є. Б. Іванової, найважливіша ознака кінотексту – колективний функціонально диференційований автор [29, с. 12]. Тобто при створенні тексту беруть участь не один, а кілька авторів. Перекладач має передати думку цього колективного автора. Те ж саме відбувається і з аудіотекстами, в процесі відтворення яких перед перекладачем постає багато проблем, адже на відміну від кінотексту, йому необхідно передати емоції мовців без допомоги візуальних елементів, що ускладнює ситуацію. Перекладач повинен володіти неабиякими професійними навичками аби адекватно передати всі комунікативні особливості мовців, в тому числі й в процесі відтворення комічного.

Актуальність дослідження зумовлена зацікавленням глядачів до ніші розважальних шоу за останні роки. Кількість розважального контенту зростає та більшість його можна знайти в мережі Інтернет. Жанр сітком-радіошоу є новітнім в мультимедійній сфері і являє інтерес для лінгвістів та перекладознавців, адже в ньому реалізуються усі мультимодальні особливості, які необхідно правильно відтворити задля розуміння всього спектру емоцій, які передають мовці. Оскільки сітком є гумористичним жанром, актуальним є дослідження засобів творення комічного у радіошоу та способів їх перекладу.

Мета дослідження полягає у визначенні мультимодальних засобів творення комічного в англomовному радіошоу «Cabin pressure» та способів їх відтворення українською мовою.

Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання низки конкретних **завдань**:

1. висвітлити поняття мультимодальності як лінгвістичного явища;

2. проаналізувати радіо (аудіо) текст як мультимодальний текст та визначити його складові;
3. висвітлити стилістичні засоби мови як складові художнього тексту;
4. прокласифікувати засоби створення комічного ефекту;
5. охарактеризувати вибір перекладацьких трансформацій для відтворення стилістичних засобів відтворення комічного ефекту українською;
6. дослідити основні напрями дослідження аудіовізуального перекладу;
7. визначити методику проведення дослідження способів відтворення комічного ефекту в радіо шоу «Cabin pressure» та їхнього перекладу українською;
8. проаналізувати специфіку мультимодальних засобів творення комічного ефекту у радіошоу «Cabin pressure»;
9. дослідити способи відтворення стилістичних засобів творення комічного у перекладі радіо шоу «Cabin pressure» українською.

Об'єктом дослідження виступають стилістичні засоби творення комічного ефекту, вилучені методом наскрізної вибірки з комедійного радіо-шоу «Cabin pressure».

Предметом дослідження є особливості функціонування засобів творення комічного ефекту в мультимодальному тексті.

Для розв'язання поставлених завдань у роботі застосовано **комплексну методику дослідження**, що включає загальнонаукові методи, а саме індукцію та дедукцію для аналізу теоретичного матеріалу на тему мультимодальності та вираження комічного у мультимодальних текстах; метод перекладацького аналізу було застосовано в процесі аналізу способів відтворення мультимодального тексту радіошоу та визначення їх доцільності та адекватності. Лінгвостилістичний аналіз сприяв визначенню стилістичної характеристики та емоційного забарвлення елементів вторинного та первинного текстів. Ми застосували контекстуальний аналіз, щоб виявити лексичні, стилістичні та екстралінгвістичні засоби вираження комічного та визначити залежність їх значення від контексту та інтенції мовця. За допомогою мультимодального аналізу, ми визначили образ та сенс, що виникають при взаємодії

двох семіотичних ресурсів (вербального та просодичного). Метод кількісних підрахунків було застосовано задля аналізу частоти використання мовних засобів створення комічного на різних рівнях, а також для визначення відсоткового співвідношення перекладацьких трансформацій та способів, використаних в процесі відтворення засобів творення комічного в досліджуваному творі. Порівняльний аналіз допоміг зіставити оригінальний мультимодальний текст англomовного радіошоу “Cabin pressure” з текстом його україномовного перекладу задля порівняння мовних засобів вираження комічного та способів їх перекладу.

Наукова новизна здобутих результатів полягає в тому, що нами було проведено аналіз засобів вираження комічного на лексичному, стилістичному та фонетичному рівнях, беручи до уваги мультимодальний аспект матеріалу дослідження. Також було здійснено аналіз перекладу аудіотексту у формі транскрипту, зважаючи на способи творення комічного.

Практичне значення дослідження визначається тим, що його результати можна застосовувати для розв’язання практичних проблем, пов’язаних з англо-українським перекладом. Матеріал дослідження може бути корисним для студентів під час підготовки до семінарів з практики письмового та усного перекладу, а також визначаємо можливістю його використання при підготовці відповідних розділів підручників, навчальних посібників, у лекційних курсах зі стилістики англійської мови, теорії перекладу та перекладу галузевої літератури, на практичних заняттях тощо.

Апробація результатів дослідження. Основні результати дослідження оприлюднено на XIII міжнародній науковій конференції «Multidisciplinary academic research, innovation and results» у Чеській Республіці (квітень 2022, Чеська Республіка).

Публікації отриманих результатів. Основні результати дослідження опубліковано у збірнику тез доповідей XIII Міжнародної наукової конференції «Multidisciplinary academic research, innovation and results» у Чеській Республіці (квітень 2022, м. Прага) та у збірнику тез доповідей XIII Міжнародної науково-

практичної конференції “Modern science: innovations and prospects” у Швеції (вересень 2022, м. Стокгольм).

Батура Х. В. Творення комічного ефекту в радіошоу «Cabin pressure»: мультимодальний аспект / XIII International Scientific and Practical Conference «Multidisciplinary academic research, innovation and results». Чехія, Прага. Р. 107-109.

Батура Х. В. Творення комічного ефекту в радіошоу «Cabin pressure»: мультимодальний аспект / збірник тез XIII Міжнародної науково-практичної конференції “Modern science: innovations and prospects”. Стокгольм, Швеція. Р. 39-41

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ ТВОРЕННЯ КОМІЧНОГО ЕФЕКТУ У МУЛЬТИМОДАЛЬНОМУ ТЕКСТІ

1.1. Поняття комічного та його функціональні різновиди

Поняття комічного і до сьогодні є одним із найскладніших дискусійних питань філології, оскільки воно часто ототожнюється з іншими, спорідненими поняттями. Згідно зі словником літературознавчих термінів С. П. Білокурової «комічне – це категорія естетики, що відбиває протиріччя дійсності і містить їх критичну оцінку» [99].

Н. Ю. Степанова також у своїх роботах розглядає комічне як невідповідність між ідеальним та недосконалим, і, на її думку, ефект комічного створюється саме за рахунок виявлення такої невідповідності [71, с. 134]. Проте одних протиріч та невідповідностей мало. А. А. Кононова у своїх роботах стверджує, що це комплексний процес, який ґрунтується на грі зі змістом та відрізняється різноманітністю типів, стратегій та правил, вибір яких залежить від різних аспектів культурного та соціального середовища [33, с. 13].

Головну роль концепту комічного безсумнівно займають поняття об'єкт і суб'єкт, які створюють і трактують сенс комічного у творі. С. Н. Плотнікова стверджує, «що не існує комічних об'єктів самих по собі так само, як не існує об'єктивно смішних дискурсів: дискурсивний референт повинен бути осмислений як відправником, так і одержувачем дискурсу, вони повинні бути когнітивно єдиними і дійти спільної думки, що пізнаний об'єкт – комічний» [63, с. 17].

Протягом тисячоліть гумор відіграє невід'ємну роль у житті людини. Здатність знаходити комічне у трагічних ситуаціях дозволяє нам зменшити напругу, пов'язану з ними. Люди завжди прагнули продемонструвати своє почуття гумору, знаходячи нестандартні для свого часу способи: вистави на сценах, розповіді історій, написання книг. Існує думка, що поняття комічного є синонімом гумору, однак це не так. Гумор – це один із видів комічного.

Таке поняття як «гумор» неоднозначне. У широкому значенні він визначається як насмішкувато-іронічне ставлення до окремих явищ життя і до світу в цілому, у вузькому значенні він є методом самовираження творчої особистості, на основі якого створюються твори комічних жанрів. З погляду лінгвістики, гумор вважається соціальним інструментом, що дозволяє ефективно знімати психологічне напруження та покращувати взаємини між людьми [99].

Існує кілька різних трактувань поняття «гумор». А. О. Долгова вважає, що гумор – це добродушне ставлення до різних життєвих невідповідностей та вираження цього відношення засобами мистецтва, або почуття, яке дозволяє нам висловлювати це відношення [25, с. 140]. В. І. Карасік визначає гумор як здатність сприймати кумедні сторони життя як фундаментальну характеристику людини [35]. О. М. Линтвар же вважає, що гумор – це особливий спосіб осмислення окремих фрагментів дійсності, унікальний показник зрілості людей [46, с. 69]. В цілому, гумор сприймається як особливий спосіб мислення та погляду на життя, який може викликати позитивні емоції та посмішку. Гумор може виражатися різними способами, залежно від прагматичних цілей, рівня культури, освіти та інших факторів. Гумор, як правило, може бути частиною найрізноманітніших жанрів. Смішливе ставлення до об'єкта можна виявити у публіцистиці, газетних статтях, художній літературі, та у текстах телевізійних передач та радіошоу.

Матеріалом нашого дослідження є англійське радіошоу “Cabin pressure”, яке за своїм жанром є сіткомом. Сітком – це жанр комедійних програм, який зародився в США на радіо в 1920-х роках. Як зрозуміло з визначення, головною метою цього радіошоу є насмішити та, у деяких моментах, висміяти певні вади комунікантів, у нашому випадку – авіаційного екіпажу. Відповідно, гумор привалює в цьому радіошоу.

Риси англійського гумору не властиві й нові для українського реципієнта. Англійцям все одно з чого жартувати. Чим серйозніша тема, тим смішніший жарт, заборонених тем в англійському гуморі в принципі не існує як у суспільстві, так і на телебаченні чи радіо: релігія, політика, загиблі люди, катастрофи, політика чи члени королівських сімей. Що ж до українського гумору, його природа вважається доброю.

Він не намагається нікого принизити, для нього характерна природність, простота, яку людина сприймає як щось загальноновизнане, але водночас безглузде [54, с. 170]. Основне його конкретне завдання – висвітлення і відображення загальноновизнаних помилок і гріхів, їх усвідомлення та вміння піднести у високому літературному гумористичному плані [17]. Комічне та гумор вважаються універсальною категорією, яка отримала своє вираження у багатьох аспектах сучасного життя. В наш час теле та радіокомунікації відкрили нові горизонти для розвитку гумору і тепер неможливо уявити день без жодної гумористичної передачі по телебаченню чи радіо.

Здебільшого, у розважальних теле та радіошоу є група або пара учасників, які досягають певних комунікативних цілей під час спілкування. А. М. Морозова виділяє у своїй роботі такі цілі гумористичного дискурсу:

1. Цілі, пов'язані з жартівником і є позитивним;
2. Цілі, пов'язані з адресатом. Можуть бути як позитивними, і негативними;
3. Цілі, пов'язані з обома учасниками. Найчастіше, наміром жартівника є розвага і аудиторії, і себе;
4. Цілі пов'язані з ходом спілкування: підтримання та ініціація спілкування у групі, усунення конфліктів [52, с. 216].

Тексти розважальних радіопередач синкретичні і це дозволяє їм без обмежень змішувати стилі, що, нерідко, викликає додатковий комічний ефект у шоу. Оскільки завдання кожного з жанрів – викликати емоційний відгук аудиторії, саме сміх і зацікавленість, його учасники використовують ті чи інші засоби розмовної мови задля збільшення експресивності тексту. Саме експресивність суттєво відрізняє радіомовлення від інших різновидів літературної мови. Експресивності та емоційності радіошоу надають різноманітність екстра-і паралінгвістичні засоби.

Розглядаючи мову розважальних радіошоу, можна також помітити, що його учасники постійно намагаються розсунути межі гумору, використовуючи весь арсенал мовних та немовних засобів, об'єднуючи та комбінуючи їх різними прийоми для досягнення максимального комічного та експресивного ефекту, та найбільш ефективного впливу в рамках одного епізоду або однієї передачі. У світі прийнято виділяти дві форми комічного: гумор і сатира.

Отже, слідом за А. А. Коновою, ми визначаємо комічне як комплексний процес, який ґрунтується на грі зі змістом та відрізняється різноманітністю типів, стратегій та правил, вибір яких залежить від різних аспектів культурного та соціального середовища. Основні особливості радіошоу, що відрізняють їх від інших – це їх синкретичність та експресивність, та використання паралінгвістичних засобів, що говорить про нерозривність візуального контенту при створенні комічного.

1.2. Поняття мультимодальності як лінгвістичного явища

Процес становлення мультимодальної лінгвістики як окремого напрямку мовознавства був дуже довгим незважаючи на те, що будь-яке використання мови в мовленні неможливо уявити тільки у вербальній формі. Передумовами формування мультимодального підходу стали такі напрями мовознавства, як теорія дискурсу, теорія комунікації і паралінгвістика [43, с. 76].

У нашій роботі ми досліджуємо термін мультимодальності. В основі цього терміну є філософське значення слова «модальність», яке не має відношення до лінгвістичної категорії, адже модальність – це ставлення. Як вважає М.В. Загідуліна, філософська модальність трактується, як «спосіб існування будь-якого об'єкта або протікання будь-якого явища (онтологічна модальність)». Особливість цього поняття – використання обчислюваного іменника. Приставка «мульти» зі значенням «множинність» надає терміну значення суми або набору незв'язаних між собою модальностей. Проте термін «мультимодальність» сприймається по-іншому, як позначення феномена пов'язаності, взаємодії багатьох модальностей у якійсь спільній субстанції [28, с. 64].

М.В. Загідуліна стверджує, що «слово «мультимодальність» втрачає свою обчислюваність і стає незліченим, а це створює співвіднесеність із лінгвістичним терміном «модальність» та вносить певну плутанину у слововживання» [28, с. 65]. У статті «Мультимодальна лінгвістика» А.А. Кібрик визначає модальність як «тип зовнішнього стимулу, що сприймається одним із чуттів людини, насамперед зором і слухом» [37, с. 134]. Інформація, яка сприймається одним із чуттів людини, надходить каналами, які дослідник називає інформаційними каналами. А.А. Кібрик

повідомляє про те, що інформаційні канали «є взаємозалежними, перетинаються між собою, і інформація розподіляється між ними складним чином» [37, с. 136].

Поява термінів «мультимодальність» та «мультимодальний текст» пов'язана з Гюнтером Кресом та Тео ван Луївенем [76; 82]. Дослідники виділяють такі основні положення мультимодальності:

1. Мультимодальність припускає, що взаємодія різних семіотичних модусів визначає зміст висловлювання та його репрезентацію у комунікації. Це необхідно для створення висловлювання у різних формах (візуальних, образотворчих, розмовних, жестикуляційних, письмових, інтонаційних, 3D та ін.).

2. Мультимодальність передбачає, що у мовному спілкуванні існують як вербальні ресурси, так й інші екстралінгвістичні, семіотично неоднорідні ресурси задля досягнення певної комунікативної мети.

3. Мультимодальність припускає, що зміст висловлювання формується в момент його створення та впливає на вибір невербальних засобів в акті комунікації [76, с. 55].

Дослідники розходяться у думках, що таке мультимодальність. На думку Л. Мондади, мультимодальність здійснюється в цілісності та системності взаємодії різних семіотичних модусів, і розглядати їх просто як щось одне безглуздо, оскільки з фокусу дослідження зникає суть зв'язку цих модальностей [80, с. 336].

А. А. Кібрик вважає, що модуси рівні органам чуття і називає їх «інформаційними каналами» [37], а Л. Мондада наполягає на «семіотичному ресурсі» або «семіотичному джерелі» [80]. Т.В. Луївен визначає цей термін так: «семіотичні ресурси – це дії, матеріали та артефакти, які ми використовуємо для комунікативних цілей, незалежно від того, чи виробляються вони фізіологічно. Наприклад, за допомогою нашого голосового апарату, м'язів, які ми використовуємо для виразу обличчя та жестів або технологічно, наприклад, пером та чорнилом, або комп'ютерним обладнанням та програмним забезпеченням разом зі способами організації цих ресурсів. Семіотичні ресурси мають смисловий потенціал, заснований на їхньому минулому використанні, та набір цінностей, заснованих на їх можливому використанні, і вони будуть реалізовані у конкретних соціальних контекстах, де їх використання підпорядковується певній формі семіотичного режиму» [82, с. 75].

Це визначення підкреслює історичний розвиток зв'язків між формою та значенням та співвідноситься із визначенням інтертекстуальності М.М. Бахтіна [11]. Ці зв'язки можна виявити на всіх рівнях соціальної та культурної організації.

Дослідниця В.Є. Чернявська говорить про так званий медіальний поворот у лінгвістиці та виділяє ознаки медіального тексту, які дуже подібні до положень мультимодальності [74].

По-перше, на її думку, медіальність (або медійність) означає взаємодію з технічним носієм інформації, що пов'язано з дистанційними можливостями сучасної комунікації. По-друге, поняття «медіальне» служить для позначення форми, способу передачі, який рівноцінний семіотичному ресурсу чи інформаційному каналу.

По-третє, медіальність «співвідноситься з поняттям коду, тобто системи умовних позначень, знаків, правил їх комбінації між собою передачі, обробки, запам'ятовування та зберігання інформації у найбільш оптимальній для неї формі». На думку В.Є. Чернявської, «мовні (вербальні) одиниці розглядаються як частина складного семіотичного комплексу, в рамках якого смисловий центр може бути переміщений з власне вербального компонента на інші. Таким чином, мультимодальність і означає семіотичний комплекс, який «працює» як єдине ціле» [74, с. 46].

У своєму дослідженні, слідом за Х. Штеклем, ми вважає, що «мультимодальність – це досить грандіозний і розпливчастий термін для порівняно простого та повсякденного явища» [81, с. 41]. Цей термін застосовується до текстів та комунікативних дій, що містять кілька різних систем знаків (мова, зображення, звук). Моделювання та сприйняття таких семіотичних текстів потребує інтеграції різних знаків у синтаксичне, семантичне та функціональне ціле. Дослідник наводить багато прикладів мультимодальних текстів: тексти масової комунікації, радіотексти, аудіовізуальні тексти. Всі вони пов'язують різні типи знаків: музику, статичне та динамічне зображення, різні звуки, невербальні знаки спілкування (жести, міміку, пози), паравербальні засоби (інтонація, тембр, вокальний дизайн). Ці засоби задіяні у комплексному мультимодальному моделюванні [81, с. 42].

Резюмуючи свою позицію щодо мультимодальності, Х. Штекель пише, що існують різні інтерпретації цього феномену:

1. Мультимодальність – це спільна присутність та взаємний зв'язок кількох знакових модальностей на різних рівнях у змішаному тексті.

2. Мультимодальність – це комунікативна компетенція та індивідуальний інтелект, який включає розвиток сенсу за допомогою «транскрибування», тобто коментування, пояснення чи перефразування повідомлень із однієї знакової системи в іншу.

3. Мультимодальність – це семіотико-когнітивна діяльність з формування та дотримання правил при створенні та розумінні текстів. У роботах останніх років Х. Штекель визначає мультимодальність як комбінацію різних модальностей та їх інтеграцію з погляду структури, семантики, дискурсу та риторичної функції у контексті соціальної взаємодії [81, с. 59].

Цілями використання мультимодальних текстів, на думку Х. Штекеля, є:

- ілюстрація та підвищення привабливості;
- аргументація та переконання (наприклад, у рекламі);
- документація (запис та архівування);
- обґрунтування (достовірність зовнішнього вигляду);
- пояснення (візуалізація контекстів чи невидимих процесів) [81].

Х. Штекел розглядає диференційовані знакові системи як модальності, що лежать в основі будь-якої комунікації. Вони уможливають повноцінне спілкування, оскільки дозволяють розпізнавати комунікативні закладені смисли. З точки зору автора, текст завжди складається з більш ніж однієї знакової модальності, частин мультимодального тексту, який закодований по-різному і неминуче вступає у взаємозв'язок [81, с. 54].

Отже, у лінгвістиці існує багато визначень поняття «модальність». У нашому дослідженні, слідом за Х. Штекелем, ми визначаємо мультимодальність як комбінацію різних модальностей та їх інтеграцію з погляду структури, семантики, дискурсу та риторичної функції у контексті соціальної взаємодії. Мультимодальність передбачає, що у мовному спілкуванні існують як вербальні ресурси, так й інші

екстралінгвістичні, семіотично неоднорідні ресурси задля досягнення певної комунікативної мети. Цілями використання мультимодальних текстів є ілюстрація та підвищення привабливості; аргументація та переконання (наприклад, у рекламі); документація (запис та архівування); обґрунтування (достовірність зовнішнього вигляду); пояснення (візуалізація контекстів чи невидимих процесів).

1.2.1. Особливості аудіо тексту як мультимодального тексту

У нашому дослідженні ми використовуємо такий термін, як мультимодальний текст, який Ю.В. Сергеева визначає як «багатокомпонентну смислову та функціональну єдність, інформація якого передається по вербальному, візуальному та просодичному каналах за допомогою різних семіотичних кодів» [66, с. 16].

Щоб проаналізувати структуру радіо (аудіо) мультимодального тексту, потрібно спочатку виділити його елементні одиниці. Вітчизняні лінгвісти під керівництвом О.О. Кібрика стверджують, що мультимодальний текст складається з елементів двох інформаційних каналів: вербального та візуального. Така класифікація має деякі обмеження, по-перше, О.О. Кібрик аналізує виключно усне мовлення, по-друге, модальності штучно створеного дискурсу кіно чи радіо не можна співвідносити виключно з органами чуття, оскільки у перших виявляється складніша структура [37, с. 138].

В лінгвістиці мультимодальний текст ототожнюється з поняттям креолізований текст. Особливість креолізованого тексту полягає у поєднанні вербальних і невербальних знаків. Таким чином, в процесі сприйняття креолізованого тексту відбувається подвійне декодування закладеної в ньому інформації: адресат сприймає спочатку невербальну складову, тобто зображення, а потім вербальну частину креолізованого тексту, що дозволяє адресату повністю сприйняти закладену адресантом інформацію [2, с. 18].

У лінгвістиці метафоричний термін «креолізовані тексти» належить Ю.А.Сорокіну та Є.Ф.Тарасову, які визначають їх як «тексти, фактура яких складається з двох негомогенних частин (вербальної мовної) і невербальної (що належить до інших знакових систем, ніж природна мова)» [69; 72]. Дослідники, які

використовують цей термін у своїх працях як робочий, зазначають, що креолізований текст є складним утворенням, в якому вербальні та невербальні елементи утворюють візуальне, структурне, смислове та функціональне ціле, спрямоване на комплексний вплив на адресата.

Однак, для текстів, у кодуванні яких використано комбінацію природної мови з елементами інших, невербальних семіотичних систем, таке термінологічне позначення не є єдиним та загальноприйнятим. Їх також називають семіотично ускладненими, лінгвовізуальними, відеовербальними, кодово-немогогенними, ізовербальними, полікодовими. Однак, незважаючи на відмінності у поглядах на проблему визначення креолізованого тексту, всі вчені сходяться в одному: домінанту поля паралінгвістичних засобів креолізованих текстів утворюють іконічні (образотворчі) засоби, інтегровані у вербальне повідомлення у змістовному, змістовно-композиційному та змістовно-мовному аспектах. Функціонуючи в єдиному семантичному просторі, взаємодіючи один з одним, вербальний та іконічний компоненти повідомлення забезпечують цілісність та зв'язність креолізованого тексту, його комунікативний ефект. Інформаційна та прагматична «ємність» невербальних засобів у структурі креолізованих текстів нерідко вища, ніж у вербальних [69, с. 179]. Розглядаючи як невербальну частину засоби іконічної мови, Є. Є. Анісімова вважає креолізований текст особливим мультимодальним феноменом [2].

О. С. Переломова, посилаючись на роботи Є. Є. Анісімової та О. Г. Соніна, зазначає, що між вербальною та невербальною частинами тексту встановлюються різні кореляції: з одного боку, це відносини взаємодоповнення, коли зображення зрозуміле без слів і може існувати самостійно, з іншого – це відносини взаємозалежності, коли зображення залежить від вербального коментаря, який визначає його інтерпретацію [62, с. 82].

У лінгвістиці існують класифікації креолізованих текстів. Л.В. Головіна виділяє три типи креолізованого тексту, основує на кореляції літерного тексту та іконічного компоненту:

- паралельний – зміст тексту та малюнок повністю збігаються;

- доповнюючий (комплементарний) – іконічна інформація частково перекриває вербальний текст, або, навпаки, вербальна інформація частково перекриває зміст зображення;
- інтерпретативний (пояснювальний) – текст та зображення;
- автономні, не пов'язані один з одним змістовно [21, с. 67].

Також існує класифікація креолізованих текстів за ступенем передбачуваного залучення читача [26, с. 10]. Під передбачуваною залученістю розуміється реакція читача в процесі декодування креолізованого тексту. Вирізняють такі типи текстів за цією ознакою:

- тексти з мінімальною залученістю – не передбачають реакції у відповідь з боку реципієнта, несуть інформативний характер (наприклад, газетна стаття);
- тексти із середньою залученістю – впливають на реципієнта, несуть апелятивний, часом маніпулятивний характер і закликають до дій у відповідь (наприклад, реклама або оголошення);
- тексти із суттєвою залученістю – вимагають безпосередньої участі читача в процесі сприйняття тексту несуть інтерактивний характер (наприклад, тексти з гіперкодом/QR кодом) [26, с. 11].

Є. Є. Анісімова виділяє три групи креолізованих текстів: з нульовою, частковою та повною креолізацією [2]. У першому випадку зображення не представлене та не має значення для організації тексту. У другій групі креолізованих текстів вербальна частина залежить від зображення і візуальні елементи тексту виступають як факультативні, супровідні. У текстах з повною креолізацією вербальна частина орієнтується на зображення або надсилається до нього, а зображення виступає як обов'язковий елемент тексту [2, с. 13]. Ми відносимо радіошоу до креолізованих текстів з нульовою креолізацією, адже вони є фрагментами аудіозаписів, функція яких полягає у передачі смислового чи емоційного навантаження за допомогою окремих частин тексту.

Мультимодальний текст характеризується стійкою системою параметрів, які включають спосіб виробництва тексту (авторський чи колегіальний); форму створення та форму відтворення (усну або письмову), канал поширення (носій

певного засобу масової інформації), функціонально-жанровий тип тексту (новини, коментар, публіцистика та ін.), тематичну доміную або належність до певного сталого медіатопіку (політика, бізнес, культура, розваги) [28, с. 65]. До основних характеристик мультимодального тексту відносять його мовну специфіку (розрахунок на масову аудиторію), динамічний характер, багатоплановість, багатовимірність, поліфонічність, гетерогенність (поєднання візуальних, вербальних або інших компонентів усередині одного текстового простору), соціально-регулятивну природу, а також подійність (прагнення до подачі актуальних подій) [28].

Для дослідження мультимодального тексту, в тому числі радіотексту, важливо аналізувати категорію діалогу, яка допомагає зрозуміти, як структура бесіди (обмін репліками, черговість мовних ходів та ін.) може бути використана для вивчення відносин між семіотичними ресурсами, що застосовуються у мультимодальних текстах та комунікативних подіях. Також категорія діалогу важлива і в дещо іншому ключі [49, с. 163]. При дослідженні мультимодального тексту неможливо обмежитись на аналізі мови лише одного комуніканта, особливо, якщо мова йде про радіошоу.

В мультимодальному тексті досліджуваного радіошоу “Cabin pressure” основний простір дискурсу займають діалоги, взаємодії комунікантів. Саме тому необхідно визначитися з категорією, за допомогою якої можна аналізувати взаємодію одиниць модусів не тільки в індивідуальному мовленні, а й у діалогічному.

Як вважає дослідник Г.В. Овчинніков, «інтерактивна сторона спілкування – термін, що характеризує ті компоненти спілкування, які впливають на людей, з безпосередньою організацією їхньої спільної діяльності» [57, с. 13]. Під соціальною інтеракцією дослідник розуміє «розмову або поведінку, за допомогою яких два або більше індивіда безпосередньо спілкуються один з одним» [57, с. 14].

Інтеракція у лінгвістиці – це «сфера функціонування соціальних установок, які дозволяють учасникам, здійснювати управління мовою (дотримуватися черговості мовних ходів, долати комунікативні невдачі, висувати, змінювати і відхиляти тему розмови, вступати, підтримувати і виходити з комунікації тощо)» [97, с. 184].

У нашому дослідженні під інтеракцією ми розуміємо взаємодію чотирьох комунікантів у контексті мультимодального радіотексту “Cabin pressure”. Окрім мінімальних одиниць двох інформаційних каналів ми визначили більші взаємозв’язки. Елементарні одиниці інформаційних каналів об’єднуються у великі елементи мультимодального тексту.

Таким чином, мультимодальний текст – це багатокomпонентна смислова та функціональна єдність, інформація якого передається за допомогою вербального та візуального каналів та різних семіотичних кодів. В лінгвістиці мультимодальний текст ототожнюється з поняттям креолізований текст, адже особливістю креолізованого тексту є поєднання вербальних і невербальних знаків. Таким чином, в процесі сприйняття креолізованого тексту відбувається подвійне декодування закладеної в ньому інформації. Є. Є. Анісімова виділяє три групи креолізованих текстів: з нульовою, частковою та повною креолізацією. Ми відносимо радіошоу до креолізованих текстів з нульовою креолізацією, адже вони є фрагментами аудіозаписів, функція яких полягає у передачі смислового чи емоційного навантаження за допомогою окремих частин тексту. В мультимодальному тексті досліджуваного радіошоу “Cabin pressure” основний мультимодальний простір займають діалоги та взаємодії комунікантів.

1.2.2. Специфічні риси художнього перекладу мультимодального тексту

Мультимодальні, креолізовані тексти є помітною частиною сучасного життя. Адже з розвитком новітніх технологій зростає попит на відео- та аудіотексти, які транслюються як на телебаченні так і в мережі Інтернет. Саме тому приділяється особлива увага проблемі адекватного перекладу такого роду текстів, перш за все, з тієї причини, що вони знаходяться у загальному доступі і представники різних культурних спільнот можуть не зрозуміти специфіку того чи іншого народу. Саме це ускладнює завдання перекладача, оскільки переклад креолізованого тексту не обмежується перекладом вербальної частини, необхідно також враховувати зміст і послання, що міститься у ньому.

Переклад мультимодального, креолізованого тексту – це вид художнього перекладу, який є процесом декодування змісту тексту, викладеного однією мовою, за допомогою створення нового еквівалентного тексту іншою мовою, і який має на меті донести до адресата, що належить одній мовній та культурній спільноті, повідомлення автора тексту, що належить іншій спільноті, зосереджуючись на адекватній та повноцінній передачі художнього забарвлення тексту та адаптації її візуальної та вербальної складової для сприйняття іноземцем [69, с. 180].

Художній переклад – це складний та різноманітний вид людської діяльності. У перекладі зіштовхуються різні культури, різні особистості, різне мислення, різні літератури, різні епохи, різні рівні розвитку, різні традиції та настанови. На думку В.М. Комісарова, художнім перекладом називається переклад творів художньої літератури [38, с. 75]. Твори художньої літератури протиставляються всім іншим мовним творам завдяки тому, що для них домінантою є одна з комунікативних функцій, а саме художньо-естетична, або поетична функція мови.

Відмінною рисою художнього перекладу від інших видів перекладу (наприклад, синхронного, науково-технічного) є приналежність тексту перекладу до творів, які мають художні засоби. Іншими словами, художнім перекладом називається вид перекладацької діяльності, головне завдання якого полягає у відтворенні мовою перекладу оригінального твору, здатного надавати художньо-естетичну дію на читача [38, с. 102]. Образне мислення є неодмінним елементом мистецтва слова, саме завдяки йому створюється художня дійсність, у якій слово, головна складова літератури, її першоелемент, виявляється не тотожним слову у повсякденному вживанні. Образність завжди властива людському мисленню, необхідність її передачі виникає під час перекладу будь-якого тексту, навіть наукового. Для художнього перекладу властиве поняття «творча індивідуальність перекладача», яке має першорядне значення в процесі відтворення художньої забарвленості тексту [14, с. 13]. Художній переклад у більшості випадків може бути дослівно точним, але художньо неповноцінним, або художньо повноцінним, але далеким від оригіналу (вільний переклад), що зумовлюють основні труднощі перекладу художніх текстів: розуміння загального змісту тексту; визначення емоційного забарвлення; підбір

адекватних мовних засобів, які можна віднести й до перекладу мультимодальних, аудіовізуальних текстів [45, с. 121].

Аналізуючи художній переклад мультимодальних текстів, варто звернутися до такого поняття як адекватність перекладу. Термін адекватність є одним з основних понять, що використовуються в процесі перекладу і ґрунтується на оцінці перекладу як повноцінного смислового аналога оригіналу тексту. Адекватність є виключно перекладацьким терміном і в загальнонауковому плані не є терміном і вживається нетермінологічно [44, с. 12]. Як припускає Н. К. Гарбовський, поняття адекватності прийшло в теорію перекладу з теорії пізнання, де термін «адекватне» позначає вірне відтворення в уявленнях, поняттях та судженнях об'єктивних зв'язків та відносин дійсності [20, с. 92].

У рамках напряму загальної теорії комунікації, виділяється, так звана, функціонально-комунікативна адекватність перекладу, що передбачає відтворення домінантної функції тексту, що формується на основі комунікативної інтенції відправника повідомлення та націленої на забезпечення певного комунікативного ефекту з боку одержувача повідомлення. У зв'язку з цим адекватним перекладом може вважатися «переклад, у якому відтворюється функціональна домінанта вихідного повідомлення відповідно до комунікативної інтенції відправника вихідного повідомлення» [67, с. 182].

Досягнення адекватності перекладу мультимодальних семіотично ускладнених текстів полягає у перекладі текстів з елементами інтертекстуальності, специфічною соціокультурною інформацією та відмінностями у конотації слів мови оригіналу та мови перекладу. Одним із найпоширеніших мовних явищ у текстах взагалі і в аудіовізуальних текстах зокрема вважається інтертекстуальність. Цей термін було введено теоретиком постструктуралізму Ю. Крістєвою для позначення загальної властивості текстів, що виражається в наявності між ними зв'язків, завдяки яким тексти (або їх частини) можуть багатьма різноманітними способами явно або неявно посилатися один на одного [41, с. 31]. Основна умова можливості перекладу тексту з інтертекстуальністю – загальновідомість джерела, загальнокультурна та національно-культурна значимість. Тільки в цьому випадку інтертекстуальні зв'язки можуть бути

зрозумілі представником іншої культури та можуть викликати у його свідомості необхідну систему асоціацій. Джерелом інтертекстуальності на мовному рівні є стилістичні засоби, які є основною складовою художнього тексту, в тому числі й мультимодального.

Отже, переклад мультимодального тексту – це вид художнього перекладу, який є процесом декодування змісту тексту, викладеного однією мовою, за допомогою створення нового еквівалентного тексту іншою мовою, і який має на меті донести до адресата, що належить одній мовній та культурній спільноті, повідомлення автора тексту, що належить іншій спільноті, зосереджуючись на адекватній та повноцінній передачі художнього забарвлення тексту та адаптації її візуальної та вербальної складової для сприйняття іноземцем.

1.3. Виразальні засоби мови та стилістичні прийоми

Перш ніж охарактеризувати стилістичні засоби мови в художньому тексті, необхідно зрозуміти визначення самого художнього тексту. На думку Беляніна, «художній текст є особистісною інтерпретацією дійсності. Письменник описує ті фрагменти дійсності, з якими він знайомий; розвиває такі міркування, які йому близькі та зрозумілі; використовує мовні елементи, які наповнені його особистісним змістом» [12, с. 73]. На нашу думку, відмінність художнього тексту від інших полягає не в його естетичному чи емоційному аспекті (оскільки будь-який текст може мати подібну характеристику), а в мовних засобах.

Виразні засоби мови мають потенціал перетворювати просте висловлювання на емоційне або експресивне. Їх можна знайти на фонетичному рівні: логічний наголос, пауза, подовження; морфологічному рівні: зменшувальні суфікси; синтаксичному рівні: емоційні граматичні конструкції та на лексичному: метафори, гіперболи [9, с. 76].

Стилістичний прийом – це навмисне і свідоме посилення будь-якої типової структурної та/або семантичної риси мовної одиниці (нейтральної або експресивної), що досягла узагальнення та типізації і стала таким чином моделлю, що породжує

стилістичні засоби. Три сучасні класифікації стилістичних засобів англійської мови були запропоновані Дж. Лічем, І. Р. Гальперіним та Ю. М. Скребньовим.

Класифікація Дж. Ліча побудована за принципом розмежування між нормальними та неправильними рисами літературної мови. Він виділив парадигматичні та синтагматичні відхилення від лексичних та граматичних норм мови [78, с. 46]. Дж. Ліч виділяє два мовні рівні «регістр» та «діалект». Згідно з Дж. Лічем, кожен лінгвіст повинен в першу чергу спиратися на ступінь об'єктивності перекнань про мову. Таким чином, в основі класифікації Дж. Ліча лежить принцип розрізнення між мовною нормою та відхиленням від літературної мови. Серед останнього виду він виділяє також парадигматичні та синтагматичні відхилення. Незважаючи на всі переваги цієї теорії, вона має свої недоліки. Розрізнення стилістичних засобів за принципом відхилення від норми залишає дуже невеликий вибір у розрізненні всього ареалу засобів, які використовуються в мультимодальних текстах [74, с. 75].

І. Р. Гальперін в основу своєї класифікації поклав порівневий підхід та виділив три групи: фонетичні, лексичні, синтаксичні стилістичні засоби. Орієнтуючись на рівневий підхід, І. Р. Гальперін виділяє такі типи стилістичних засобів і прийомів:

- 1) фонетичні виразні засоби та стилістичні прийоми (звуконаслідування, алітерація, рима, ритм);
- 2) лексичні виразні засоби та стилістичні прийоми;
- 3) синтаксичні виразні засоби та стилістичні прийоми (інверсія, повтор, антитеза, асиндетон, полісиндетон, еліпсис, літота) [19, с. 84].

Необхідно також наголосити, що лексичні стилістичні засоби та прийоми І.Р. Гальперін поділяє на три підгрупи. В основі першої підгрупи лежить принцип взаємодії різних типів лексичних значень. Залежно від типу лексичних значень І.Р. Гальперін виділяє:

- стилістичні прийоми, засновані на взаємодії словникових та контекстуальних предметно-логічних значень (метафора, метонімія, іронія),
- стилістичні прийоми, засновані на взаємодії предметно-логічних та називних значень (антономазія та її різновиди),

– стилістичні прийоми, засновані на взаємодії предметно-логічних та емоційних значень (епітет, оксюморон, гіпербола) [19, с. 91].

Методика Ю. М. Скребньова демонструє комбінацію принципів парадигматичного та синтагматичного підходу Дж. Ліча та порівневий підхід І. Р. Гальперіна. У нього з'являється парадигматична та синтагматична фонетика, морфологія, лексикологія, синтаксис та семасіологія (див.дод.В). Саме його класифікацію ми візьмемо за основу для дослідження засобів вираження комічного в мультимодальних радіотекстах.

Отже, стилістичний засіб – це навмисне і свідоме посилення будь-якої типової структурної та/або семантичної риси мовної одиниці, що досягла узагальнення та типізації і стала таким чином моделлю, що породжує стилістичні засоби. Три сучасні класифікації стилістичних засобів англійської мови були запропоновані Дж. Лічем, І. Р. Гальперінім та Ю. М. Скребньєвим. Аналіз існуючих класифікацій стилістичних засобів дає можливість вибору потрібної ієрархії, виходячи з необхідності дослідження мовного матеріалу.

1.3.1. Засоби творення комічного ефекту в мультимодальному тексті

Засоби створення комічного мають узагальнений характер. Вони можуть бути прив'язані певним образам персонажів, їх характером і поведінкою, ситуацією в якій вони знаходяться, або навколишнім оточенням. До мовних засобів творення комічності в гумористичних радіошоу можна віднести різноманітні засоби виразності на усіх мовних рівнях.

Мовні засоби охоплюють усі лінгвостилістичні засоби: фонетичні, лексичні, стилістичні, які виступають вираженням комічного. Проте головним завданням учасників радіошоу є використання мовних засобів у комічному аспекті; комік повинен уміти надавати використовуваним засобам сатиричну або гумористичну тональність, і шукати такі лексичні одиниці, які мають комічний тон у цільовій мові, фарбувати свій матеріал комічною інтонаційною грою та комічними мовними зворотами, до яких, наприклад, можна віднести гіперболу, літоту, каламбур, ефект ошуканого очікування, іронію, оказіоналізми [3, с. 26].

З величезної кількості прийомів створення комічного, на сучасному телебаченні та радіо варто відзначити кілька, які зустрічаються найчастіше:

1. Пародії – комічне або сатиричне наслідування комусь або чогось;
2. Алюзії – натяк або посилання на загальновідомі факти, події;
3. Комбінування стилів промови – об'єднання різних стилів промови у межах одного тексту;
4. Парадокс – висловлювання, що розходиться з загальноприйнятою думкою і суперечить здоровому глузду;
5. Абсурд – щось нелогічне, безглузде, безглузде;
6. Повтор – навмисне повторення слова чи речення з метою створення комічного ефекту [3, с. 29].

В нашому дослідженні ми опираємось на класифікацію стилістичних засобів Ю. М. Скребньова, яку ми розглянемо детальніше. Як вже зазначалося, Ю.М. Скребньов аналізує стилістичні засоби мови відповідно до певного аспекту стилістики: стилістичної семасіології, стилістичної лексикології, стилістичної граматики та стилістичної фонетики [68, с. 22].

Таким чином, засоби, що відносяться до стилістичної семасіології, представлені порівнянням, метафорою, епітетом, уособленням, метонімією, синекдохою, алегорією, антономазією, парними синонімами, евфемізмами, перифразами, антитезою, оксюмороном, іронією.

До стилістичної лексикології належать:

- 1) слова високого стилістичного тону (архаїзми, книжково-літературні слова, іноземні слова);
- 2) слова зниженого стилістичного тону (фамільярно-розмовні слова, арготизми);
- 3) нейтральні слова (професіоналізм, діалектизм) [68, с. 37].

Виразними засобами, що належать до стилістичної граматики, є: еліпс, номінативні речення, асиндетон, полісиндетон, зевгма, повтор, емпатичне підкреслення, вживання вставних речень (parenthesis), інверсія, паралельні конструкції, хіазм (риторична фігура, яка полягає у хрестоподібній зміні

послідовності елементів у двох паралельних рядах слів), анафора, епіфора, відокремлення, риторичне питання, невласне пряме мовлення [68, с. 35].

До парадигматичних засобів стилістичної фонетики належать курсив, великі літери та ономапія. До синтагматичних засобів Ю. М. Скребньов відносить алітерацію, асонанс, парономазію, ритм, розмір, риму [68].

Крім мовних засобів та прийомів створення комічного ефекту, також існують немовні засоби. Найчастіше вони використовуються як засоби посилення комічного та експресії у мові, що звучить. Такі засоби відповідають за паузи під час розмови, сміх, незвичні звуки та різні мовні особливості того, хто говорить. Паралінгвістичні засоби надають додаткову інформацію не тільки про те, що говорить мовець, відображаючи його соціальні, вікові риси та особливості характеру, а також про те, яку саме інформацію він хотів донести до слухача. Саме їх функція – це внесення додаткової інформації в потоці мови [68, с. 42].

Отже, комічний ефект досягається за допомогою застосування спеціальних мовних та немовних засобів. Мовні засоби охоплюють усі лінгвостилістичні засоби: фонетичні, лексичні, стилістичні, які виступають вираженням комічного. У нашому дослідженні ми послуговуємось класифікацією Ю. М. Скребньова, який демонструє комбінацію принципів парадигматичного та синтагматичного підходу Дж. Ліча та порівневий підхід І. Р. Гальперіна. Згідно з його класифікацією виділяємо парадигматичну та синтагматичну фонетику, морфологію, лексикологію, синтаксис та семасіологію.

1.3.2. Адекватний переклад стилістичних засобів творення комічного у мультимодальному тексті

Багато теоретиків перекладу стверджують, що аудіовізуальний переклад не можна вважати перекладом, а скоріше міжмовною адаптацією, тому що в процесі аудіовізуального перекладу відбуваються великі зміни тексту, які не підпадають під традиційні уявлення про еквівалентність.

А. В. Козуляев застосовує поняття динамічна еквівалентність, яке ввів у лінгвістику перекладач Ю. Найда, стосовно аудіовізуального перекладу, оскільки, на

його думку, в аудіовізуальному перекладі саме так вона спрямована на реакцію глядача і прагне забезпечити баланс між кожним потоком залежно від мови. На його думку, переклад вважається вдалим, коли перекладений твір надає такий самий вплив на глядача, як і його оригінал [100].

Як вже зазначалося раніше у теоретичному розділі, мультимодальні тексти, зокрема тексти радіошоу, вимагають адекватного перекладу. В. Н. Комісаров, представник школи лінгвістичного підходу до перекладу, вважає, що «адекватним перекладом називається переклад, який забезпечує прагматичні завдання перекладацького акту на максимально можливому для досягнення цієї мети рівні еквівалентності, не допускаючи порушення норм чи узусу мови перекладу, дотримуючись жанрово-стилістичних вимог до текстів даного типу та відповідаючи суспільно-визнаній конвенційній нормі перекладу» [38, с. 233].

Мультимодальні тексти дуже різнопланові, тому для досягнення адекватності їх перекладу вимагається наявність особливої компетенції у перекладача. Він має професійно володіти навичками як усного, так і письмового перекладача. Розглянемо, які компетенції повинен мати аудіовізуальний перекладач:

1. Мовна компетенція. Аудіовізуальний перекладач повинен розуміти фонетичні та граматичні особливості, будови текстів, стилістики цільової та вихідної мов перекладу.

2. Соціально-культурна компетенція передбачає знання національно-культурних особливостей та мовної поведінки носіїв мови та здатність передати ці особливості у готовий переклад.

3. Технічна компетенція включає знання та вміння використовувати перекладацькі трансформації, стратегії перекладу.

4. Психоемоційна компетенція. Здатність перекладача вловити психоемоційну складову окремих частин аудіовізуального ряду та його цілісну форму, що лежить поза вербальною комунікацією [100].

На сьогодні існує три основних формати перекладу мультимодального тексту: дубляж (ліпсинк), закадрове озвучування, субтитрування. Кожен з них допомагає співвіднести візуальний та вербальний компоненти твору. Оскільки матеріалом

нашого дослідження є аудіотекст, то формат перекладу зазвичай є субтитрування, яке відтворюється з транскрипту. Субтитрування це скорочений переклад діалогів, що відображає їх основний зміст і супроводжується друкованим текстом відеоряду в його оригінальній версії [100]. Якщо розглядати переклад аудіотексту, то вимоги до презентації субтитрів нівелюються і перекладачеві необхідно лише передати зміст транскрипту.

Адекватність перекладу стилістичних засобів творення комічного також залежить від компетенції перекладача, його екстралінгвістичні знання та обізнаність в культурі різних народів, їх мовної специфіки. У нашому випадку, розуміння різниці українського та англійського гумору. Почуття гумору є суто індивідуальною рисою кожної людини. Це здатність людини виявити комічність у своєму оточенні та вчинках людини, де, начебто, навіть немає нічого звичайного. Почуття гумору – це поєднання різних особистісних характеристик, таких як: нестандартність мислення, уважність, самокритичність тощо, розвиток кожної з цих якостей окремо допоможе будь-якій людині сформуванню індивідуального почуття гумору [50, с. 117]. Як і у випадку з людиною, кожна нація має певний набір особливостей, які відрізняють її від інших.

У нашому дослідженні ми розглядаємо український та англійський гумор. Вважається, що англійця можна відрізнити за трьома ознаками: манірності, зарозумілості і почуттям гумору, яке ніколи не буде зрозумілим іноземцям, які погано володіють англійською мовою. Англійський гумор відрізняється повною відсутністю емоцій та елегантністю. Ця властивість у англійців культивувалась століттями, вважаючись найважливішою гідністю людини. За частотністю в англійському гуморі перше місце посідають каламбури. Каламбур тісно пов'язаний із контекстом і найчастіше залежить від нього, що частіше всього ускладнює переклад, інколи ж стає опорою для більш вдалого перекладацького рішення. В процесі перекладу каламбуру з однієї мови на іншу з'являються певні проблеми. Найчастіше той чи інший каламбур неможливо передати рідною мовою і доводиться жертвувати змістом, заради вираження самого жарту. Тому, з погляду лінгвістики, гумор можна віднести до безеквівалентної лексики [52, с. 216].

Риси англійського гумору не властиві українському реципієнту. Англійцям все одно з чого жартувати. Чим серйозніша тема, тим смішніший жарт, заборонених тем в англійському гуморі в принципі не існує як у суспільстві, так і на телебаченні: всевишні сили, політика, загиблі люди, катастрофи, політика чи члени королівських сімей.

Що ж до українського гумору, його природа вважається доброю. Він не намагається нікого принизити, йому характерна природність, простота, об'єкт гумору людина сприймає як щось загально визнане, але водночас безглузде [54, с. 170]. Основне його конкретне завдання – висвітлення та відображення загально визнаних помилок і пороків, їх усвідомлення та вміння подати в високому літературному гумористичному плані [54, с. 171]. Говорячи про сутність українського гумору, варто зазначити дві важливі особливості – установка і карнавальність та їх зв'язок із національною традицією, українською ментальністю. На сьогодні, українському гумору притаманні саркастичні та іронічні нотки, які вміло завуальовані стилістичними засобами мови.

Отже, переклад мультимодальних текстів не можна віднести ні до письмового, ні до усного перекладу. Головною особливістю такого виду перекладу є співвідношення візуального та вербального компонентів. Тому необхідно досліджувати його як особливий вид перекладацької діяльності з огляду на всі його особливості. Переклад стилістичних засобів творення комічного в контексті мультимодального тексту становить особливу складність, тому що доводиться адаптувати гумор іноземної культури іншою мовою із збереженням усіх її культурних особливостей. Для досягнення адекватності перекладу такого виду тексту необхідно враховувати компетенції перекладача, його екстралінгвістичні знання та обізнаність в культурі різних народів, їх мовної специфіки.

РОЗДІЛ 2

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ВІДТВОРЕННЯ КОМІЧНОГО ЕФЕКТУ В МУЛЬТИМОДАЛЬНОМУ ТЕКСТІ

2.1. Способи перекладу стилістичних засобів творення комічного ефекту українською

Метою створення художнього тексту вважається об'єктивізація задуму автора, передача інформації про певних осіб та світ загалом, а також передача авторського бачення контексту, історичної обстановки тощо. У комічному творі автор, шляхом вербалізації власної мовної картини світу, демонструє свою свідомість іншим людям через мовлення персонажів та образ автора [54, с. 171].

За останні кілька десятиліть значимість теле- та радіоіндустрії у світі зросла, а водночас, відповідно, розвивався аудіовізуальний переклад. Дослідники теорії перекладу дійшли висновку, що аудіовізуальний переклад займає окрему нішу в рамках науки про переклад через те, що переклад аудіовізуальних текстів дуже трудомісткий та перекладачеві доводиться виходити за рамки своєї звичайної роботи, і йти в розріз зі звичним досвідом семантичного перекодування смислів, обмеженого лише рамками мови. Мультимодальний аудіовізуальний текст як об'єкт лінгвістичного дослідження завжди викликав низку певних труднощів, зважаючи на наявність екстра- та паралінгвістичних факторів, що займають важливу роль у розумінні твору, а також вказівку на учасників комунікації та процеси створення та відтворення повідомлення. У процесі перекладу слід звертати увагу як на лінгвістичні, так і на технічні труднощі. Від цього залежить ступінь еквівалентності та адекватності перекладу, а також його технічного втілення на екрані та на радіо [36, с. 140].

У дослідженнях іноземних учених у галузі теорії перекладу було зазначено, що аудіовізуальні тексти полісемантичні та кожен реципієнт одночасно виступає у ролі глядача, слухача та читача. Вони отримують та обробляють інформацію відразу на кількох рівнях декодування, а діяльність щодо сприйняття аудіовізуального ряду здійснюється автоматично. Основна складність аудіовізуального перекладу полягає в

«можливості адаптації тексту до іншомовної культури, побудованої на іншій системі цінностей та понять, і саме цей фактор зумовлює неминучу втрату у сприйнятті перекладного відео- та аудіоматеріалу з іноземною тематикою та/або несумісною для представників іншої лінгвокультури» [49, с. 163]. Швидше за все, саме в цьому і полягає провал багатьох кіно- та аудіошоу на українському телебаченні, оскільки наші перекладачі не намагаються адаптувати іноземні реалії до цільової аудиторії, що веде до нерозуміння і втрати інтересу реципієнтом.

Лінгвісти впевнені в тому, що аудіовізуальний переклад необхідно виділити в окрему дисципліну, тому що для нього потрібно створити власний поняттєвий апарат і розробити окремий курс із навчання, через те, що аудіовізуальний переклад є «обмеженим» через наявність зовнішніх властивостей; аудіовізуальний переклад вимагає знання різноманітних стратегій семантичного аналізу та синтезу, в яких враховуються суть та обсяг інформації, що надходить паралельними каналами сприйняття [20, с. 5].

Як зазначалося у попередньому розділі, комічне у будь-якому творі, в тому числі й мультимодальному, виражається за допомогою стилістичних прийомів та засобів. У перекладі вони складають певні труднощі, тому перекладач вдається до використання перекладацьких трансформацій.

У процесі перекладу відбувається не перетворення вихідного тексту в текст перекладною мовою, а перетворення (трансформація або деформація) віртуального об'єкта, якоїсь ідеальної сутності, якою є уявлення перекладача про систему смислів повідомлення, закодованого у вихідному тексті, у більш менш близьку, не тотожну систему смислів, наділену матеріальною формою мови перекладу. Саме ця система смислів, укладена у формах вихідного тексту та усвідомлена перекладачем, є предметом трансформації [67, с. 35].

В процесі відтворення комічного перекладач дублює стилістичний прийом, який використовується у мові-оригіналі, чи формує власний стилістичний прийом, що має подібні функції та засоби їх вербалізації. Таким чином це дає певну свободу перекладачеві як фахівцю: є можливість передачі лексичних засобів мовної виразності шляхом вживання певного граматичного складу речення (так, наприклад,

такий вибір є при відтворенні зевгми або гри слів) або вилучення стилістичного прийому мови-оригіналу за відсутності його еквівалента у мові-перекладі [67, с. 41].

Д. А. Салімова визначає, що у перекладацькій практиці виділяють такі оціночні параметри передачі стилістичних прийомів і засобів:

- виклад семантики тексту засобами мовної виразності мови-перекладу;
- вираження емоційно-експресивного забарвлення тексту;
- адекватність передачі експресивної інформації;
- адекватність передачі естетичної інформації [65, с. 101].

Охарактеризуємо кілька загальноновживаних методів перекладу засобів мовної виразності, які виділяє В. І. Карабан:

передача словосполучення чи слова шляхом подання повного еквівалента зі структурою, лексикою та характером стилістичного засобу, конотацією тощо. Цей спосіб перекладу є прийнятним, оскільки повністю передає змістовний аспект словосполучення чи слова мови-оригіналу, але найчастіше не підходить для перекладу фразеологічних одиниць і стійких словосполучень;

відтворення словосполучення чи слова шляхом використання схожого з мовою-оригіналом за семантичними та стилістичними функціями еквівалента;

калькування – прийом передачі слова або словосполучення шляхом дослівного перекладу;

відтворення стилістичного засобу шляхом добору варіанта відповідності, коли з низки синонімічних відповідників підбирається один найближчий еквівалент;

передача словосполучення чи слова шляхом опису. Такий спосіб рідко вживається в перекладацькій практиці стилістичних засобів, тому що при цьому способі перекладу втрачається лексична своєрідність тексту. Проте такий спосіб застосовується у науково-технічних текстах [34, с. 25].

Вищенаведені способи та прийоми відтворення не зможуть повністю відтворити сенс стилістичного засобу, який використовується для творення комічного. Розглянемо різні класифікації перекладацьких трансформацій, які можуть слугувати способом відтворення стилістичних засобів комічного.

Досить поширеною класифікацією перекладацьких трансформацій є класифікація Л.К. Латишева, який поділяє їх на:

- стилістичні (зміна стилістичного забарвлення одиниці перекладу);
 - морфологічні (заміна однієї частини мови іншою або декількома частинами мови);
 - синтаксичні (зміна синтаксичних функцій слів та словосполучень);
 - семантичні (зміни на базі різних причинно-наслідкових зв'язків між елементами описуваних подій);
 - лексичні (зміни з урахуванням відхилення від прямих словникових відповідностей, заміна одних лексичних одиниць іншими);
 - граматичні (зміна структури речення відповідно до норм мови перекладу)
- [44, с. 11].

Звичайно, всі ці трансформації перетинаються між собою і найчастіше зустрічаються у комбінації одного типу з іншим. Найбільш складною та цікавою є семантична трансформація, яка впливає переважно саме на смисловий зміст перекладу.

Вище визначені перекладацькі трансформації не охоплюють широкого діапазону значення для відтворення стилістичних засобів творення комічного, тому розглянемо класичну типологію перекладацьких трансформацій за В. Н. Комісаровим. Дослідник виділяє наступні види трансформацій:

- лексичні (транскрибування, транслітерація, калькування);
- граматичні (членування речення, об'єднання речень, граматичні заміни форми слова, частин мови або членів речення) [38, с. 35].

Також вчений розглядає і лексико-семантичні трансформації (конкретизація, генералізація та смисловий розвиток (модуляція)). Лексико-граматичні трансформації представлені антонімічним перекладом, експлікацією та компенсацією.

Така класифікація дозволяє яскравіше відтворити стилістичні засоби творення комічного, але не розкрити їхній зміст у повній мірі. Тому, на нашу думку,

найдоцільнішою і найбільш підходящою класифікацією трансформацій є типологія стилістичних трансформацій Т. Р. Левицької та А. М. Фітермана:

- нейтралізація (вмотивоване нівелювання експресивного, емоційно-оцінного, образного або функціонально-стилістичного відтінку стилістичного засобу);
- компенсація (додавання втраченої експресії в іншій частині речення, уривка чи всього тексту);
- заміна (генералізація – заміна видового поняття родовим, найменування підкласу; конкретизація – заміна родового поняття видовим; модуляція – смисловий розвиток, використання замість поданого елемента дійсності іншого, що знаходиться з першим у нерозривному зв'язку);
- вилучення (повне вилучення стилістичного засобу з речення, уривка чи всього тексту);
- додавання стилістичного засобу у перекладі тексту;
- описовий перифраз (непряме, описове позначення об'єкта на основі виділення будь-якої його ознаки чи особливостей) [45, с. 57].

Проаналізувавши та порівнявши різні підходи до класифікації перекладацьких трансформацій, ми дійшли висновку, що перекладач найкраще зможе відтворити сенс та виразність стилістичного засобу за допомогою трансформацій, виділених Т. Р. Левицькою та А. М. Фітерманом, які сконцентрувались саме на стилістичних трансформаціях. Тому в подальшому аналізі відтворення стилістичних засобів творення комічного у перекладі радіо шоу «Cabin pressure» українською ми будемо посилалися саме на класифікацію зазначених дослідників.

Отже, комічне у будь-якому творі, в тому числі й мультимодальному, виражається за допомогою стилістичних прийомів та засобів. У перекладі вони складають певні труднощі, тому перекладач вдається до використання перекладацьких трансформацій. У лінгвістиці існує ряд класифікацій перекладацьких трансформацій, серед яких найуживанішими є типологія В.І. Карабана, Л.К. Латишева, В.Н. Комісарова. У своєму дослідженні ми будемо послуговуватись типологією стилістичних трансформацій Т. Р. Левицької та А.М. Фітермана, до яких

належать нейтралізація, компенсація, заміна (генералізація, конкретизація, модуляція), вилучення, додавання, описовий перефраз. Така класифікація дозволяє яскраво відтворити стилістичні засоби творення комічного та розкрити їхній образний зміст у повній мірі.

2.2. Етапи та методи дослідження засобів творення комічного ефекту у мультимодальному тексті

У попередньому розділі ми розглянули поняття мультимодальності, її особливості та основні характеристики. Було визначено, що до мультимодальних текстів належать теле- та радіошоу, тож матеріалом нашого дослідження слугує популярне англійське радіошоу “Cabin pressure”, яке є також сіткомом. У радіошоу йдеться про повсякденне трудове життя MJN Air, найменшої авіакомпанії у світі, що складається всього з одного 16-місного літака та її екіпажу з чотирьох людей. Оскільки матеріал дослідження є комедійною програмою, ми досліджуємо мультимодальний аспект творення комічного у радіошоу, що є метою нашої роботи.

За допомогою методу загальної вибірки нами було відібрано 289 реплік, які містять стилістичні засоби творення комічного з англійського тексту англійського радіошоу “Cabin pressure” та їх переклад українською мовою.

Нами було проаналізовано ряд теоретичних матеріалів щодо класифікації стилістичних засобів творення комічного, серед яких ми виокремили класифікацію Ю. М. Скребньова [68], якою і будемо послуговуватись у подальшому дослідженні стилістичної складової радіошоу “Cabin pressure”.

У попередньому розділі ми розглянули різні класифікації перекладацьких трансформацій, які використовуються в процесі перекладу мультимодальних текстів. Серед проаналізованих типологій ми виокремили класифікацію стилістичних перекладацьких трансформацій Т.Р. Левицької та А.М. Фітермана [45], яка, на нашу думку, є найдоцільнішою в аналізі відтворення стилістичних засобів творення комічного у радіошоу “Cabin pressure” українською, тому ми будемо на неї посилалися у наступному практичному розділі.

У Розділі 3 ми проаналізуємо оригінальні репліки, дібрані з англомовного тексту англійського радіошоу “Cabin pressure”, які містять стилістичні засоби творення комічного; прокласифікуємо ці засоби відповідно до типології Ю.М. Скребньова; проаналізуємо способи перекладу виокремлених стилістичних засобів в українському варіанті перекладу радіошоу, керуючись класифікацією перекладацьких трансформацій Т.Р. Левицької та А.М. Фітермана; визначимо доцільність застосування тих чи інших перекладацьких трансформацій у перекладі та визначимо кількісні та відсоткові показники досліджуваного матеріалу.

Мета і завдання нашого дослідження визначили вибір комплексної методики дослідження, що включає загальнонаукові методи, а саме індукцію та дедукцію, методи перекладацького, лінгвостилістичного, контекстуального аналізу, мультимодальний аналіз, а також метод кількісних підрахунків. В процесі порівняння англійського тексту та його українського перекладу було використано порівняльний аналіз. Розглянемо кожен з них детальніше.

Найперше було використано загальнонаукові методи дослідження тому, що вони застосовуються в пізнанні всіх явищ дійсності, отже, у всіх науках, в тому числі перекладознавстві та лінгвістиці загалом. Індуктивний метод (індукція), що використовується в перекладацьких дослідженнях, полягає в способі пізнання перекладацьких явищ, від фіксування досвідчених (емпіричних) даних і їх аналізу до їх систематизації, узагальнень і загальних висновків. Такий метод полягає також в переході від одних уявлень про ті чи інші перекладацькі явища і процеси до інших – більш загальних, і найчастіше глибших. Основою функціонування індуктивного методу пізнання у всіх випадках є емпіричні (дослідні) дані [48, с. 159]. Однак індуктивні узагальнення будуть повністю бездоганні лише в тому випадку, якщо досконально вивчені всі науково встановлені факти, на основі яких робляться ці узагальнення. Це називається повною індукцією. Але найчастіше зробити це дуже важко, а часом і неможливо.

Тому в пізнавальній діяльності, в тому числі при дослідженні перекладацьких явищ і процесів, використовується метод неповної індукції: вивчення якоїсь частини досліджуваних явищ і поширення виведення на всі явища даного класу.

Узагальнення, отримані на основі неповної індукції, в одних випадках можуть носити цілком певний і достовірний характер, в інших – більш імовірнісний характер [16, с. 13].

Достовірність індуктивних узагальнень може бути перевірена шляхом застосування дедуктивного методу дослідження. Суть його полягає у виведенні з будь-яких загальних положень, які вважаються достовірними, визначених наслідків, частина яких може бути перевірена дослідним шляхом. Якщо наслідки, що випливають з індуктивних узагальнень, підтверджуються практичним досвідом, значить, ці узагальнення можна вважати достовірними, тобто тими, які відповідають дійсності. Дедуктивний метод як відправний пункт передбачає, навпаки, засноване на певних припущеннях постулювання явищ і перевірку реальності цих сутностей їх відповідністю (або невідповідністю) фактам, що спостерігаються [97, с. 64]. У нашому дослідженні індукція та дедукція використовуються для аналізу теоретичного матеріалу на тему мультимодальності та вираження комічного у мультимодальних текстах.

Метод перекладацького аналізу полягає у тому, щоб сприйняти текст, який перекладається як єдине ціле, а потім, розклавши його на компоненти, виявити його типологічні ознаки, зрозуміти, які труднощі він містить, що у ньому релевантне, значуще для наступного перекладу, що можна пожертвувати, яку стратегію перекладу обрати. Значення перекладацького аналізу важко переоцінити, оскільки він є умовою розуміння тексту, але саме на цьому етапі дослідження визначаються ті риси оригіналу, які мають увійти в інваріант під час перекладу. Отже, можна визначити перекладацький аналіз як багатоаспектну аналітичну діяльність із вилучення сенсу оригіналу та визначення інваріанту перекладу [75, с. 70].

В процесі застосування методу перекладацького аналізу розглядаються екстралінгвістичні чинники, які впливають на якість перекладу, а саме автор тексту, інтенція автора тексту, реципієнт тексту, спосіб передачі, місце створення тексту, час створення тексту, мета створення тексту, комунікативна мета тексту. Також, необхідно враховувати лінгвістичні фактори: тема тексту, зміст тексту, структура тексту, невербальні елементи тексту та їхній зв'язок з вербальними, синтаксичні

особливості тексту, лексичний склад тексту, тональність тексту, прагматичний вплив тексту. У нашому дослідженні зазначений метод використовується задля аналізу способів відтворення мультимодального тексту радіошоу та визначення їх доцільності та адекватності, аналізуючи перекладений варіант.

Метод лінгвостилістичного аналізу застосовується як під час дослідження вторинного тексту, так і у рамках перекладознавчого аналізу для визначення стилістичної характеристики та емоційного забарвлення елементів вторинного та первинного текстів, адже перекладознавчий аналіз спрямований на визначення засобів вираження комічного в мультимодальному тексті.

Метод контекстуального аналізу – це метод виявлення прихованих комунікативних намірів або установок автора / мовця, в тому числі прийомів маніпулятивного впливу [97, с. 111]. Контекстуальний метод часто застосовується тоді, коли одиниця мови аналізується в складі контексту, виділеного з тексту і об'єднаного мовною одиницею, яка в контексті реалізує і актуалізує своє значення. Контекстуальний аналіз часто використовувався при семантичному аналізі слів [97, с. 293]. Ми використали метод контекстуального аналізу для того, щоб проаналізувати досліджуваний текст, в якому використано лексичні, стилістичні та екстралінгвістичні засоби вираження іронії, та визначити залежність їх значення від контексту та інтенції мовця.

Для вивчення семантики мультимодальних компонентів використовувався метод мультимодального аналізу, що враховує сенс образу та сенс, що виникає при взаємодії двох семіотичних ресурсів (вербального та просодичного).

Порівняльний метод – це метод аналізу запозичених слів, при якому зіставляються значення слова в англійській мові і значення його лексичного еквівалента в мові-джерелі, тобто у нашому випадку, українській. Порівняльний метод в лінгвістиці застосовується для вирішення як теоретичних, так і практичних завдань. В процесі перекладу встановлюються певні відносини між текстами на різних мовах, ми вважаємо доцільним використання процедури порівняльного аналізу [58, с. 71]. Порівняння тексту перекладу з його оригіналом надає цінні дані про ступінь близькості змісту і структури оригіналу перекладу, способи досягнення

еквівалентності, стандартних прийомів перекладу і т.д. Оскільки перекладач зазнає впливу іншомовного оригіналу, він часом порушує норму мови перекладу. Важливо відзначити, що саме порівняльний аналіз виявляє такі порушення досить часто, і розглядає їх як помилки перекладу [97, с. 72]. У нашому дослідженні порівняльний метод використовується для зіставлення оригінального мультимодального тексту англійського радіошоу “Cabin pressure” з текстом його українського перекладу задля порівняння мовних засобів вираження комічного та способів їх перекладу.

Метод кількісних підрахунків встановлює частотність тих чи інших фонем у слові, частоту використання тієї чи іншої мовної одиниці в певному тексті або в мові в цілому, типовість конкретних мовних явищ для певного періоду розвитку мови або для певного мовного стилю [1, с. 26]. З цією метою часто використовуються різні способи індексації, що визначають кількість вживань аналізованої форми (або слова) на кожні 100 слів тексту. Ми використовуємо метод кількісних підрахунків задля аналізу частоти використання мовних засобів створення комічного на різних рівнях, а також для визначення відсоткового співвідношення перекладацьких трансформацій та способів, використаних в процесі відтворення засобів творення комічного в досліджуваному творі.

Отже, матеріалом нашого дослідження слугує англійське радіошоу “Cabin pressure”, яке є також сіткомом. Оскільки матеріал дослідження є комедійною програмою, ми досліджуємо мультимодальний аспект творення комічного у радіошоу, що є метою нашої роботи. В процесі дослідження ми притримуємось комплексної методики дослідження, що включає загальнонаукові методи, а саме індукцію та дедукцію (для аналізу теоретичного матеріалу на тему мультимодальності та вираження комічного у мультимодальних текстах); методи перекладацького аналізу (задля аналізу способів відтворення мультимодального тексту радіошоу та визначення їх доцільності та адекватності, аналізуючи перекладений варіант); лінгвостилістичного аналізу (для визначення стилістичної характеристики та емоційного забарвлення елементів вторинного та первинного текстів); контекстуального аналізу (щоб проаналізувати досліджуваний текст, в якому використано лексичні, стилістичні та екстралінгвістичні засоби вираження іронії, та

визначити залежність їх значення від контексту та інтенції мовця); мультимодального аналізу (враховує сенс образу та сенс, що виникає при взаємодії двох семіотичних ресурсів (вербального та просодичного)); метод кількісних підрахунків (зادля аналізу частоти використання мовних засобів створення комічного на різних рівнях, а також для визначення відсоткового співвідношення перекладацьких трансформацій та способів, використаних в процесі відтворення засобів творення комічного в досліджуваному творі) та порівняльний аналіз (для зіставлення оригінального мультимодального тексту англomовного радіошоу “Cabin pressure” з текстом його україномовного перекладу задля порівняння мовних засобів вираження комічного та способів їх перекладу).

РОЗДІЛ 3

ВІДТВОРЕННЯ СТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ КОМІЧНОГО У РАДІОШОУ «CABIN PRESSURE» УКРАЇНСЬКОЮ

3.1. Особливості засобів творення комічного ефекту у радіошоу «Cabin pressure»

Досліджуваний матеріал, а саме радіошоу “Cabin pressure”, – це програма розважального характеру, розрахована на певні емоційні відгуки аудиторії, де за основу береться поєднання азарту, гумору, гри. Оскільки радіошоу є мультимодальним об’єктом, гумор у ньому виникає не лише на ситуаційному рівні (коли ситуація, в яку потрапляють герої є кумедною), а й виражається за допомогою лінгвостилістичних засобів, адже саме вербальний гумор створює комічність ситуації. Для реалізації такої цілі залучаються стилістичні засоби творення комічного.

У першому розділі ми розглянули різні класифікації стилістичних засобів, серед яких виділили типологію Ю.М. Скребньова, за якою і будемо класифікувати стилістичні засоби вираження комічного. Проаналізувавши 298 реплік з радіошоу “Cabin pressure”, які містять стилістичні засоби творення комічного, нами було вираховано відсоткові показники використання стилістичних засобів творення комічності на різних мовних рівнях, виділених Ю. М. Скребньовим.

Найчастіше у мультимодальному тексті досліджуваного радіошоу ми зустрічаємо засоби стилістичної лексикології (32%), що пояснюється специфікою формату радіошоу, а саме аудіотекст. За допомогою негативного прошарку парадигматичної лексикології досягається комічний ефект у сіткомі. До таких засобів відносяться розмовні слова, жаргонізми, вульгаризми, сленгізми, okazionalizmi, ідіоматичні вирази. Також, досить часто обігруються професійні терміни, адже комічне радіошоу має авіаційну тематику, де працівники авіації використовують професійні жарти.

Наступним прошарком стилістичних засобів за кількістю є стилістична семасіологія, яка знаходиться майже у однаковому відсотковому відношенні лексикологією (30%). Такий показник зумовлений тим фактом, що шоу є

гумористичним і виразні фігури допомагають створювати жарти, надаючи їм прихованості та певного прагматичного потенціалу. Серед парадигматичних стилістичних засобів семасіології превалюють гіпербола, метафора, алюзія, епітети. Серед синтагматичних засобів виокремлюємо використання порівняння, гри слів, антитези та оксюморон.

Менше знаходимо використання стилістичного синтаксису (22%) у силу того, що матеріал дослідження є аудіотекстом, який передає живе мовлення учасників шоу, синтаксис не є домінантним у творенні комічності, хоча певні засоби ми виокремили. Серед парадигматичних стилістичних засобів виділяємо апозіопезис, повтор частин речення, повтор лексем, риторичні питання, вставні елементи, асиндетон. Синтагматичні синтаксичні засоби відсутні в дібраному матеріалі дослідження, адже такі засоби як хіазм, анафора, епіфора та анадиплосис характерні для поетичних творів.

Засоби стилістичної фонетики також займають певну нішу у творенні комічного, налічуючи 15% з загальної кількості прикладів. Оскільки ми досліджуємо аудіотекст, то стилістична фонетика описує фонографічні особливості тексту, які у даному випадку слугують засобами творення комічного. Серед таких виділяємо курсив, великі літери, повтор літер, оноματοпія, які графічно підкреслюють фонетичні характеристики тексту.

Найменший відсоток (1%) займає стилістична морфологія, яка досліджує стилістичний потенціал граматичних форм. Оскільки текст є мультимодальним, стилістичні засоби морфології не є джерелом творення комічного, тому у своєму дослідженні ми не будемо їх детально розглядати.

Усі вищенаведені стилістичні засоби на різних рівнях беруть участь у творенні комічності досліджуваного радіошоу. Розглянемо їх детальніше у прикладах у наступних підрозділах.

3.2. Переклад засобів комічного у радіошоу «Cabin pressure» українською

Стилістичні засоби творення комічного за класифікацією Ю. М. Скрєбньова підлягають перекладацькому аналізу, адже у силу розрізненості англійського та українського гумору необхідно визначити способи адекватного перекладу таких

комічних засобів. В процесі аналізу перекладу зазначених одиниць ми послуговуємося класифікацією перекладацьких трансформацій Т.Р. Левицької та А.М. Фітермана. Дослідженню підлягають засоби творення комічного стилістичної лексикології, стилістичної семасіології, стилістичного синтаксису, стилістичної фонетики. Серед найвживаніших перекладацьких трансформацій виділяємо: калькування (18%), нейтралізація (15%), компенсація (13%), генералізація (12%), конкретизація (10%), заміни (10%), вилучення (10%), модцяція (8%), додавання (4). Розглянемо переклад стилістичних засобів комічного детальніше у підрозділах.

3.2.1. Відтворення засобів стилістичної лексикології у перекладі українською

Серед засобів творення комічного стилістичної лексикології ми виділяємо використання розмовних слів, жаргонізмів, вульгаризмів, сленгізмів, okazіоналізмів, ідіоматичних виразів, а також професійних термінів на авіаційну тематику, де працівники авіації використовують професійні жарти. Розглянемо їх детальніше.

Спостерігаємо використання ідіоматичних виразів, які допомагають створити комічну ситуацію:

CAROLYN: *Finally, please keep your mobile phones switched off for the duration of the flight. Obviously they have no effect whatsoever on our navigational equipment or we wouldn't let you have them, but they **drive me up the wall*** [87]. – КАРОЛІН: *Вони, звичайно ж, ніяк не впливають на наші навігаційні прилади, інакше ми б не дозволили вам їх брати з собою, але вони мене **дратують до чортиків*** [83].

Як бачимо, для творення комічного ефекту було використано ідіому *drive smb up the wall*, яка спрямована на позначення стану знервованості, розлюченості. Такий лексичний засіб має гумористичне забарвлення, адже смішним є те, що його використовує бортпровідниця, яка втомилася виконувати однотипну роботу кожного дня. У перекладі субтитрів українською мовою використано еквівалентний переклад, що вдало відтворює комічність ситуації.

Розглянемо ще один приклад використання ідіоми як засобу творення комічного:

CAROLYN: *Great. Well, the paramedics are back there in the galley with Mr. L., so as soon as they're ready ...* [87]. CAROLYN: *Oh! **Speak of the devils ... well, the angels.*** – КАРОЛІН: *Чудово. Ну що ж, медики у камбузі з містером Л, тож як тільки вони готові...* КАРОЛІН: *Оо! **А ось і вони*** [83].

У вищенаведеному прикладі ситуація є трагіко-комічною, адже весь екіпаж, після перепалки з пасажиром, який хотів закурити (містер Л), подумав, що він помер і викликали швидку, приземлившись в іншій країні. Бортпровідниця Каролін використала ідіоматичний вираз *Speak of the devils*, що відповідає українській приказці «про вовка промовка» і позначає когось, про кого щойно говорили. Комічність виразу полягає у тому, що він застосовується для опису лікарів, які є носіями чогось світлого, тому провідниця і додає ... *well, the angels*. У перекладі, на жаль, цей стилістичний лексичний засіб повністю нейтралізується. У свою чергу, в перекладі вбачає просте речення *А ось і вони*, яке зовсім не передає прагматичної установки оригінального вислову.

Окрім ідіом, мовці радіошоу використовують сленгізми, які створюють комічний ефект в аудіотексті:

MARTIN: *It's always trouble when we're 'gentlemen'. I prefer it when we're 'imbeciles'.* DOUGLAS: *Or 'dolts'.* MARTIN: *'Dolts' is good, yes* [87]. – МАРТІН: *Коли нас називають «джентльмени», це завжди до біди. Краще, коли ми «імбіцили».* ДУГЛАС: *Або «дурні».* МАРТІН: *«Дурні» – це добре, так* [83].

У наведеному прикладі використані англомовні сленгові лексичні одиниці, а саме *imbeciles* та *dolts*. Обидва слова позначають не дуже розумну людину, яка не здатна аналізувати будь-яку інформацію, їх застосування пілотами у своєму мовленні є досить незвичним для цільової аудиторії, тому їх згадка у радіошоу і створює комічний ефект. У перекладі використано транскодування *imbeciles* – *імбіцили*, а також еквівалентний переклад *dolts* – *дурні*, що відтворює комічність.

Наступний приклад також ілюструє використання сленгу в мовленні пілотів:

MARTIN (into radio): *Fitton Approach, this is Golf Echo Romeo Tango India. Climbing to six thousand feet, left turn, direct Luton.* FITTON AIR TRAFFIC CONTROL

(over radio): *Okey-dokey. Have fun.* MARTIN (sternly): *Karl..* [88]. – МАРТИН (в радіо): *Фіттон Аппроуч, це Гольф Ехо Ромео Танго Індія. Піднімаємо на висоту шість тисяч футів, повертаємо ліворуч, напрямом в Лютон.* КОНТРОЛЬ ПОВІТРЯНОГО РУХУ ФІТТОНА (по радіо): *Окі-докі. Веселіться.* МАРТИН (суворо): *Карл...* [84].

Вищенаведений уривок зображує діалог між пілотом та диспетчером контролю повітряного руху аеропорту Фіттона саме під час зльоту літака. Як відомо, зліт та посадка є найнебезпечнішими фазами польоту, тому кожен із екіпажу та диспетчерів повинен бути уважним та серйозним. Саме такий факт і створює підґрунття для гумору в цій ситуації, адже диспетчер, у відповідь на дані пілота, використовує молодіжну сленгову одиницю *Okey-dokey* та бажає екіпажу повеселитися. У цьому випадку можемо говорити про вид гумору – сарказм, оскільки пілот відповідає з дуже суворою інтонацією, називаючи ім'я диспетчера. У перекладі вбачаємо використання перекладацької трансформації транскрибування *окі-докі*, що є не дуже зрозумілим цільовій аудиторії, адже в українській мові такого сленгізму не існує. Ми вважаємо, що доцільніше було б використати такий еквівалент як *океюшки* або *добренько*, які вживаються у повсякденній мові українця. Тому стверджуємо, що комічність у наведеному прикладі передається на ситуативному рівні, а не на мовному.

Наступна сленгова одиниця використовується у діалозі пасажира та пілота:

MR. LEEMAN: *Do you know how much I paid to be on this flight today?* ARTHUR: *I bet it was loads!* MR. LEEMAN: *Yeah, good guess* [89].– Містер Ліман: *Ти знаєш, скільки я заплатив, щоб потрапити сьогодні на цей рейс?* АРТУР: *Думаю, дуже багато!* МІСТЕР ЛІМАН: *Ага, добре вгадав* [85].

Наведений епізод описує ситуацію, коли один із не дуже слухняних пасажирів вступає в діалог з пілотом, пояснюючи те, що він заплатив за квиток і може робити в салоні літака усе що завгодно, в тому числі й курити, хоча заборона паління на борту є загальновідомим правилом. Тому, у відповідь на запитання пасажира скільки грошей він заплатив за квиток, пілот відповідає із сарказмом, використовуючи одразу дві сленгових фрази *I bet* та *it was loads*, що є незвичним для члена екіпажу літака, адже його мова повинна бути формальною та ввічливою. Лексема *bet* означає битись

об заклад, яка в українському перекладі була відтворена нейтрально за допомогою стилістично нейтрального відповідника *думаю*, що не створює саркастичного ефекту. Те ж саме спостерігаємо в процесі відтворення фрази *it was loads*, що позначає велику кількість і в українському перекладі має нейтральний відповідник *дуже багато*. Оскільки в оригіналі комічність, а саме сарказм, створено на мовному рівні за допомогою сленгових лексем, в українському перекладі гумор не відтворюється у повній мірі.

Наведемо ще приклади використання сленгових одиниць:

DOUGLAS: Good morning, Martin. Still feeling pretty chipper, I see. MARTIN: And why ever not? CAROLYN: Yes, Martin, we're all delighted by your new-found butchness [87]. – *ДУГЛАС: Доброго ранку, Мартіне. Все ще почуваеться бадьоро, я бачу. МАРТИН: А чому ні? КАРОЛІН: Так, Мартіне, ми всі в захваті від твоєї новопродбаної мужності* [83].

У вищенаведеному діалозі спостерігаємо дві сленгові одиниці, а саме *feeling pretty chipper* та *butchness*. Вони застосовані під час діалогу членів екіпажу перед проходженням митниці. Усі вони дуже схвилювані, адже на їхньому борту загинув чоловік, смерть якого була спровокована капітаном Мартіном, який себе винним не вважав і все ще доказував всім, що пасажир живий. Тому, Дуглас та Каролін іронічно підсміюються над ним, використовуючи неформльну сленгову лексику. Вираз *feeling pretty chipper* означає почуватись щасливим і активним, в українській мові маємо сленговий еквівалент «*на чилі*». Ми ж бачимо нейтральний відповідник *почуватися бадьоро*, який передає значення висловлення, але не є емоційно-забарвленим і втрачає свою виразність у перекладі. Те ж саме спостерігаємо і в процесі відтворення слова *butchness*, яке означає ступінь «*маскулінності, виявленій жіночою особою*», і яке в українській мові можна перекласти як «*чоловік у спідниці*». Скільки це сказано про чоловіка, цей сленгізм створює комічність. В українському перекладі радіошоу сленгізм зовсім не передає комічності вислову, адже відтворено за допомогою нейтралізації як *мужність*, хоча іронічність зберігається завдяки ситуації, у якій відбувається діалог.

У поєднанні зі сленгізмами, у мовленні учасників радіошоу ми зустрічаємо вульгаризми, тобто лайливі слова або вирази, що знаходяться за межами літературної лексики:

ARTHUR: *You know the **chaps** 'll be here soon, don't you?* CAROLYN: *What time is it?* ARTHUR: *Six fifteen ... Oh, **damn!*** [89]. – Артур: *Ти знаєш, що **хлопці** скоро під'їдуть?* КАРОЛІН: *Котра година?* АРТУР: *Шоста п'ятнадцять ... От, **холера!*** [85].

Використовуючи вульгаризми, мовлення пілота одразу набуває комічності, адже це суперечить його образу як порядного та серйозного працівника. У наведеному прикладі це лексема *damn*, яка у перекладі відтворюється українським просторіччям *холера*. Загалом, такий еквівалент зберігає виразність та комічність лексеми і, на нашу думку, є досить доречним, хоча прямий відповідник такого вульгаризму *чорти б його вхопили*. Варто зауважити, що у наведеному діалозі присутній сленгізм, який використовує бортпровідниця, а саме лексему *chaps*, що вживається на позначення близького друга, товариша. У перекладі сленгову одиницю відтворено нейтральним відповідником *хлопці*, що не додає комічності висловленому.

Також, у мовленні героїв радіошоу “Cabin pressure” ми виділяємо оказіоналізми, які слугують засобом творення комічного:

ARTHUR: *Er, may I inform yourself that MJN does run a fully comprehensive non-smoking service, and as such as a result of this, all cigarettes, cigars and **cigarellos** must be extinguished upon embarkation, and retained in a state of extinguishment until termination of disembarkation. Thank yourself for your co-operation* [87]. – АРТУР: *Еее, я б хотів вас сповістити, що MJN надає сервіс із заборонаю паління, і, як наслідок цього, всі сигарети, сигари та **сигарели** повинні бути загашені по заходу в літак і залишатися в загашеному стані до закінчення виходу з літака. Подякуйте собі за співпрацю* [83].

У цьому уривку, пілот намагається донести інформацію до пасажирів про те, що на борту літака палити заборонено, і оскільки це радіошоу є сітчкомом, у ньому обов'язково повинен бути присутній комічний елемент. У нашому випадку це оказіоналізм *cigarellos*, який використовується на позначення сигарет. Комічність цієї

лексичної одиниці виражається в тому, що пілот перераховує види цигарок, а саме *cigarettes* та *cigars*, додаючи оказіональну одиницю *cigaretellos* задля саркастичності сказаного, висміюючи ці заборонені в літаку речі. В українському перекладі наведена лексема відтворюється за допомогою транслітерації, що зберігає комічний ефект.

Ще одним прикладом використання оказіоналізму як засрбу творення комічного, зустрічаємо у мовленні Містера Лімана:

*You think you can scare me by marching down here in your Fisher Price **When-I-Grow-Up-I-Wanna-Be-A-Pilot** costume? Give me a break! You're not the commander of anything!* [87]. – *Думаєш, ти можеш налякати мене, крокуючи тут у Fisher Price (компанія, що виробляє товари для дітей) **Коли-Я-Виросту-Я-Хочу-Бути-Пілотом** костюмі? Не сміши мене! Ти нічим не командуєш!* [83].

Наведений приклад є уривком з розмови капітана та пасажир містера Лінча, який хоче покурити на борту літака, але йому не дозволяє капітан, тому Лінч вчиняє сварку і намагається висміяти капітана, вказуючи йому на те, що він лише обслуговуючий персонал. Пасажир використовує свій власний авторський оказіоналізм *When-I-Grow-Up-I-Wanna-Be-A-Pilot* задля іронічного кепкування над керуючим літака, наголошуючи на його уніформі. У перекладі спостерігаємо використання калькування *Коли-Я-Виросту-Я-Хочу-Бути-Пілотом*, що повністю передає комічність оказіоналізму та створює адекватне відтворення лексичного засобу.

Оскільки досліджуване радіошоу сітком має авіаційну тематику, звичайно ж мовці обігрують професійні терміни, трансформуючи їх у жарти. Наведемо наступний уривок з радіошоу:

*ARTHUR: The wings are really heavy. How does bolting two ginormous lumps of metal to a ginormous lump of metal give it lift? CAROLYN: Well, because they are wings. Well, they're like birds' wings. ARTHUR: Yeah, but **birds' wings flap**. Ours don't flap. They've got **flaps**, but I once watched the flaps all the way to Stockholm and, take it from me, they are seriously mis-named* [88]. – *АРТУР: Крила дуже важкі. Як приробляння двох величезних шматків металу до іншого величезного шматка металу дає йому*

підйом? **КАРОЛІН:** Ну тому що це крила. Як би вони як пташині крила. **АРТУР:** Так, але **птахи махають крилами**. Наші не махають. Вони мають **клапани**, але я якось спостерігав за клапанами цілий політ до Стокгольма, і повір мені, їх дуже неправильно назвали [84].

Наведений діалог між досвідченою бортпровідницею Каролін та новоспеченим бортпровідником Артуром виникає суперечка щодо питання як саме літак тримається у повітрі. Каролін намагається пояснити це колезі за допомогою авіаційних термінів та фізичних явищ, а Артуро через свою недосвідченість говорить різні нісенітниці, які збивають з пантелику Каролін. Саме обігрування таких професійних термінів як *wings*, *flaps* створюють комічність ситуації. У фразі *wings flap* мається на увазі махання крил птаха, які Каролін наводить для аналогії крил літака. Артур, у свою чергу, стверджує, що у крил літака є *flaps*, але вони не махають. У перекладі цей жарт нівелюється, адже термін *flaps* відтворено як **клапани** за допомогою генералізації, що не створює комічності ситуації. На нашу думку, варто було б відтворити цей термін його прямим еквівалентом **закрилки**, що б дало змогу яскраво обіграти жарт і передати комунікативний ефект лексеми.

Отже, досліджуване англійське радіошоу “Cabin pressure” є мультимодальним об’єктом, в якому комічне виникає не лише на ситуаційному рівні, а й виражається за допомогою стилістичних засобів на лексичному рівні. До лексичних засобів творення комічного відносимо сленгізми, вульгаризми, ідіоматичні вирази та okazіоналізми, які несуть комічний ефект, адже для мови льотного екіпажу не властиві такі лексичні одиниці. Також було використано професійні терміни, адже комічне радіошоу має авіаційну тематику, де працівники авіації використовують професійні жарти. В процесі перекладу зазначених лексичних одиниць використовується еквівалентний переклад, транскрибування (що включає транслітерацію та транскрипцію), нейтральні відповідники, калькування, генералізація, та, у випадку перекладу деяких вульгаризмів, просторіччя. Такі способи відтворення комічних лексичних елементів інколи не передають їх прагматичного потенціалу та комунікативної установки.

3.2.2. Відтворення засобів стилістичної семасіології у перекладі українською

Проаналізувавши засоби стилістичної лексикології творення комічного в досліджуваному радіошоу “Cabin pressure”, варто дослідити гумористичні засоби на семасіологічному рівні тексту, адже саме стилістична семасіологія є безумовним джерелом образності та надання звичайним поняттям яскравого зображення.

В аудіотексті досліджуваного радіошоу спостерігаємо часте використання алюзій для створення комічного ефекту:

DOUGLAS: *Sorry, Captain, can't help you.* MARTIN (sighing): *Simon Says could you balance the fuel?* [87]. – ДУГЛАС: *Вибачте, капітане, нічим не можу допомогти.* МАРТІН (зітхаючи): *Саймон каже не міг би ти перевірити паливо?* [83].

У прикладі наведено діалог між двома пілотами, які щойно розпочали свій рейс. Капітан літака у відповідь на заперечення одного з пілотів запитує його чи той не міг би перевірити показники палива, здавалося б звичайна ситуація під час польоту і нічого смішного в ній немає, але комічний ефект таки присутній у наведеному прикладі. Початок репліки зі слів *Simon Says* є алюзією на відому англомовну гру, яка передбачає наявність ведучого, який буде давати накази іншим гравцям, що й створює комізм ситуації, адже таким чином капітан Мартін у дотепній формі віддає наказ своєму колезі. У перекладі алюзії використано калькування *Саймон каже*, що не передає комічність ситуації і відповідно не відтворює прагматичний потенціал висловлення, адже україномовному реципієнту може бути незрозуміло, що мовець має на увазі гру.

Розглянемо ще один приклад алюзії:

ARTHUR: *Er, well, I was ... I wasn't really looking. I mean, I certainly didn't notice if he made you cry. Or not. I mean, he probably didn't.* MARTIN: *I was not crying. His smoke got in my eyes.* DOUGLAS (singing): ♪ *Smoke gets in your eyes.* ♪ MARTIN: *Shut up, Douglas!* [87]. – АРТУР: *Ее, нууу, я... Я не сильно придивлявся. Тобто я точно не помітив, чи змусив він тебе розплакатися. Чи ні. Я маю на увазі, швидше за все, ні.*

МАРТИН: Я не плавав. Його дим потрапив мені у вічі. ДУГЛАС (наспівуючи): Дим потрапляє у вічі. МАРТИН: Заткнися, Дуглас! [83].

У наведеному діалозі Артур та Дуглас насміхаються над Мартіном, який мав конфлікт з пасажиром-курцем, який у свою чергу ображав Мартіна різними словами, в тому числі й лайливими. Колеги Мартіна намагаються принизити пілота, стверджуючи, що той заплакав від образ пасажира. Мартін пояснив, що то був всього дим від цигарок, на що Дуглас почав перекиривлювати Мартіна, наспівуючи пісню *Smoke gets in your eyes*, що є стилістичним засобом алюзії на відому пісню гурту The Platters, у якій йдеться про чоловіка, якого образила жінка і він дуже засмучений. У перекладі ця алюзія відтворюється за допомогою калькування, що, на нашу думку, не є доречним, адже українському реципієнту ця пісня може бути не знайомою, відповідно коміче не передається правильно, тому краще було б використати алюзію на одну з українських пісень зі схожим змістом.

Наведемо приклад гри слів, яка зазвичай є основним засобом творення комічного:

MARTIN: But ... I've got my easyJet interview on Wednesday afternoon. DOUGLAS: Ah well, easyJet, easy go [87]. – МАРТИН: Але... У мене співбесіда з EasyJet у середу в обід. ДУГЛАС: Ну що ж, easy Jet, easy go [83].

У наведеному уривку пілоти спілкуються про їхні плани на середу, де капітан стверджує, що він має співбесіду з авіакомпанією EasyJet. Один із пілотів намагається висміяти його намагання перейти в іншу авіакомпанію, тому він використовує гру слів *easy Jet, easy go*, що є грою слів на ідіому *easy come easy go*, що має значення «легко прийшло, легко пішло». В україномовному перекладі вбачаємо англомовне перенесення гри слів без будь-яких пояснень, вважаємо такий переклад недоцільним, адже він є незрозумілим цільовій аудиторії та не передає комічність висловленого.

Наведемо ще один приклад гри слів:

ARTHUR: Why does the air on the top have to keep up with the air on the bottom? Why don't they just split up? (Everyone stops walking. There's a long pause.) DOUGLAS: ... For the sake of the kids? [89]. – Артур: Чому повітря зверху має встигати за

повітрям знизу? **Чому вони просто не поділяються?** (Всі зупиняються. Довга пауза.) Дуглас: ... **На благо дітей?** (*play on words: split up* також означає розлучитися) [85].

У наведеному прикладі досить яскраво зображено гру слів. Артур намагається розібратися як літак тримається у повітрі, він веде полеміку з колегами і ті йому пояснили цей процес вже декілька разів. Артур все ж не може зрозуміти суті процесу, тому всі вже втомилися від цього, тому Дуглас обіграв запитання Артура про повітря. Справа в тому, що *split up* є фразовим дієсловом і означає *розлучитись*, тому на запитання Артура *Why don't they just split up?* Дуглас відповів *For the sake of the kids?*. Тобто він використав гру слів із дієсловом, маючи на увазі його фразові особливості. У самому перекладі така гра слів не є зрозумілою для україномовного реципієнта, тому автором було подано описовий переклад у ремарках, що є вірним рішенням в перекладі транскрипту аудіотексту, проте в художньому перекладі такі ремарки недопустимі.

У досліджуваному радіошоу комічність також створюється за допомогою метафор:

CAROLYN: *In the very unlikely event of an emergency landing, your inflatable safety jacket is under your seat – and that is precisely where I recommend it stay, given that **the largest body of water** between here and Luton is **an open-air swimming pool** in Daventry* [88]. – *КАРОЛІН: У малоймовірному випадку аварійної посадки, ваш надувний жилет розташовується під сидінням – і я раджу там його і залишити, враховуючи, що **найбільше водоймище** між нами та Лютоном – це **відкритий басейн** у Давентрі* [84].

Наведений приклад є уривком передпольотного інструктажу бортпровідниці Каролін для пасажирів на борту літака. Її монолог наповнений комічними елементами, що є прикладом іронії, адже насиченість комізмом такої відповідальної роботи свідчить про те, що бортпровідниці вже набридла її робота, тому вона хоч якось себе розважає. Одним із таких елементів є метафора *an open-air swimming pool*, яку мовець використовує на позначення водойми *the largest body of water*. В процесі

перекладу *the largest body of water* відтворюється за допомогою модуляції, а *an open-air swimming pool* за допомогою калькування, що нівелює метафоричність висловленого.

Розглянемо ще один приклад метафори:

CAROLYN: *Indeed you have. So stand by for another job. The fine people at Algonquin Charter Air have – excellently – grounded a Gulfstream at Luton, which leaves them with a **whole parcel of cross Americans** who aren't in America, but would like to be. And guess who's making their dream come true? Our very own selves* [88]. – КАРОЛІН: *І справді є. Так приготуйтеся до додаткової роботи. Прекрасні люди Algonquin Charter Air – чудово – приземлилися у Гольфстрім у Лютоні, що залишило їх із **цілим натовпом озлоблених американців**, які не в Америці, але хотіли б там бути. І вгадайте, хто здійснить цю їхню мрію? Ми!* [84].

У наведеному прикладі спостерігаємо використання метафори задля створення комічного ефекту. Бортпровідниця повідомляє про наступний рейс, який необхідно здійснити екіпажу. Вона використовує метафоричний образ іронічного характеру задля опису мігрантів, називаючи їх пересічними американцями, які не є американцями взагалі, але хотіли б ними бути. Метафора *whole parcel of cross Americans* відтворюється в українському перекладі за допомогою заміни образу, а саме метафорична лексема *parcel* перекладається як *натовп*, що нівелює її стилістичне навантаження. Також, okazionalizm *cross Americans* відтворюється як *озлоблені американці*, використовуючи додавання прикметника *озлоблені*, що зовсім не передає інтенції мовця, яка мала на увазі людей, які прагнуть мігрувати до Америки. Вважаємо, що переклад є невдалим і не відтворює комічності та прагматичного потенціалу засобу його творення.

Також, засобом творення комічності іноді є епітети:

CAROLYN: *Your seat belt fastens like this, and unfastens like this. **An invaluable lesson** there for any of you who have never been in a car* [90]. – КАРОЛІН: *Ваш пасок безпеки застібається так і розстібається так. **Безцінний урок** для всіх тих, хто ніколи не їздив в авто* [86].

Бортпровідниця Каролін, продовжуючи свою демонстрацію заходів безпеки, з сарказмом ставиться до своїх пасажирів, адже за допомогою комічних засобів, вона насміхається над ними. Так, показуючи як працює ремінь безпеки, вона стверджує, що це *безцінний урок invaluable lesson* для тих людей, хто ніколи не сидів у авто. Епітет *invaluable* виступає тут гумористичним засобом, адже кожна людина у своєму житті хоч раз бачила ремінь безпеки і мала з ним справу, тому такий урок навпаки є безглуздим. В процесі перекладу епітет відтворюється за допомогою калькування, що є доречним способом передачі стилістичного засобу.

Наведемо ще один приклад епітетів, які створюють комічність:

MARTIN (over cabin address): Sorry to disturb you again, ladies and gentlemen. Just to let you know that we will, after all, be continuing our journey to Boston; and I repeat ... (sternly) ... if there's a doctor on board and they retain even a hazy memory of their Hippocratic Oath, it would be really super to see them in the galley! Thank you! [88]. – *МАРТИН (у зверненні до пасажирів): Вибачте, що знову вас турбую, пані та панове. Просто хотів повідомити, що ми таки будемо продовжувати нашу подорож до Бостона; і я повторюю ... (суворо) ... якщо на борту є лікар і в нього зберігся невиразний спогад про Клятву Гіппократа, то було б просто супер побачити його в камбузі! Дякую! [84].*

Наведений уривок ілюструє ситуацію, коли пасажиру стало погано на борту і екіпаж не міг домовитися що робити: чи робити аварійне приземлення у Рейк'явіку чи долетіти до Бостону, щоб врятувати чоловіка. Тому вони побачили у списку пасажирів «доктора» і подумали, що то лікар і намагалися покликати його на допомогу. Так, у зверненні до пасажирів Мартін намагався за допомогою саркастичної фрази виманити лікаря до камбуза. Використовуючи епітет *hazy* у словосполученні з *memory of their Hippocratic Oath*, Мартін насмішкувато звертається до людини, яку він має на увазі, але не називає її ім'я. У перекладі *hazy* відтворюється як невиразний, що є досить вдалим перекладом за допомогою модуляції, адже еквівалентний відповідник в українській мові є *імлістий, туманний*.

Також засобом творення комічного є оксюморон, суть якого полягає у поєднанні протилежних за змістом, контрастних понять, які разом дають нове уявлення.:

*CAROLYN: And what's wrong with the hospitals in Boston? MARTIN: Nothing's wrong with them! They're **terribly good**, but they're fifteen hundred miles away [88]. – КАРОЛІН: І що не так із лікарнями у Бостоні? МАРТІН: Нічого з ними не так! Вони **дуже гарні**, але вони на відстані п'ятнадцять тисяч миль від нас [84].*

Наведений діалог є уривком із ситуації, коли екіпаж вирішував де краще приземлитись, адже на борту був непритомний чоловік. Бортпровідниця Каролін наполягала на продовженні польоту до Бостону і там же передати пасажирів медикам, але капітан Мартін був проти, тому він з іронічною насмішкою відповідає Каролін, що лікарні у Бостоні є *жахливо гарними* – *terribly good*, саме тут і прослідковуємо оксюморон, який надає комічності словосполученню. У перекладі оксюморон не відтворюється, а нейтралізується додаванням прислівника *дуже*, що є недоречним, адже прагматичний потенціал стилістичного засобу не відтворюється.

Окрім оксюморону, який є фігурою контрасту, виділяємо використання антитези як стилістичного засобу творення комічного:

*ARTHUR: Here we are, gents. **Coffee with nothing in it; tea with everything in it.** Great cabin address, Douglas. I love cargo flights [87]. – Артур: Ось джентльмени. **Кава з нічим і чай з усім.** Відмінне звернення до пасажирів, Даглас. Я обожнюю вантажні польоти [83].*

Антитеза – це стилістичний засіб семасіології, суть якого полягає у протиставленні контрастних понять чи образів. У наведеному прикладі антитезу прослідковуємо у виразі Артура *Coffee with nothing in it; tea with everything in it*, який намагається пожартувати зі своїми колегами і висміяти сервіс, який вони мають на цьому вантажному рейсі, адже пасажирів відсутні, відповідно напої та їжа теж. У перекладі антитеза зберігається за допомогою модуляції, відповідно протиставлення полягає у словосполученні *з нічим* та *з усім*, що є вдалим відтворенням засобу комічного.

Ще одним прикладом стилістичним засобом семасіології, який використовується для створення комічності є порівняння:

MARTIN: Carolyn. Hello. CAROLYN: Reykjavik! Reykjavik! Reykjavik! MARTIN: Carolyn, you sound like you're coughing up a hairball. CAROLYN: Why in the wide world are we going to Reykjavik? [88]. – МАРТИН: Каролін. Привіт. КАРОЛІН: Рейк'явік! Рейк'явік! Рейк'явік! МАРТИН: Каролін, ти звучиш так, ніби викашлюєш шматок волосся. КАРОЛІН: Чому ми направляємось в Рейк'явік? [84].

Наведений уривок демонструє невдоволення бортпровідниці Каролін тим, що вони повинні зробити аварійний рейс у Рейк'явіку, але вона наполягає на продовженні рейсу до Бостону. Капіт у свою чергу кепкує над нею, порівнюючи її голос з кішкою, яка викашлює шматок шерсті. В оригіналі це порівняння звучить як *you sound like you're coughing up a hairball*, в українському перекладі зустрічаєм наступний еквівалент *ти звучиш так, ніби викашлюєш шматок волосся*. Як бачимо, стилістичний засіб порівняння відтворено за допомогою калькування, а основний іменник у порівнянні *hairball* перекладено описовим перекладом *шматок волосся*. Таким чином, стилістичний засіб збережено у перекладі і комунікативна ціль досягнена. Також, варто зазначити, що у даному уривку присутня сленгова одиниця *Why in the wide world*, яка у перекладі повністю вилучається, що зумовлює втрату комічності репліки.

Варто розглянути гіперболу як стилістичний засіб творення комічного:

DOUGLAS: How did it go? MARTIN: Fine. Fine. Fine. Fine. Fine. Arthur ... DOUGLAS: Well, anything you say thousand times is obviously true [90]. – ДУГЛАС: Ну, як все пройшло? МАРТИН: Нормально. Нормально. Нормально. Нормально. Артур... ДУГЛАС: Що ж, очевидно, що все, що ти стверджуєш тисячу разів, правда [86].

У наведеному прикладі Дуглас насміхається над Мартіном, який очевидно дуже нервував через неприємну розмову з пасажиром. Тому, на запитання чи все пройшло добре, він відповів *нормально* п'ять разів. Дуглас же використовує перебільшення, тобто гіперболу, щоб лишній раз понасміхатись над колегою, і говорить, що той промовив одне і те ж тисячу разів *thousand times*. У перекладі використовується

калькування, що повністю відтворює засіб творення комічного і зберігає прагматичну установку жарту.

Отже, у досліджуваному радіошоу “Cabin pressure” визначаємо засоби творення комічного на стилістичному рівні, адже саме стилістика є безумовним джерелом образності та надання звичайним поняттям яскравого зображення. Серед них виділяємо найчастіше вживані, а саме алюзії, метафори, епітети, гіперболу, оксюморон, порівняння, антитезу та гру слів, яка є основною ознакою гумористичного твору. Такі стилістичні одиниці надають образності висловленому та виражають приховану іронію та сарказм. В українському перекладі ці засоби відтворено за допомогою калькування, модуляції, компенсації, додавання; в процесі відтворення метафор використовується заміна образу; іноді зустрічається англломовне перенесення стилістичного засобу, у нашому випадку, гри слів, що, на нашу думку, є недоцільним, адже такий переклад є незрозумілим цільовій аудиторії та не передає комічність висловленого.

3.2.3. Відтворення засобів стилістичного синтаксису у перекладі українською

Серед засобів стилістичного синтаксису творення комічного у досліджуваному радіошоу часто використовуються повтори лексем:

MARTIN: *But we have to have twelve hours' rest between trips.* CAROLYN: *I know, because you are **lazy, lazy pilots*** [88]. – МАРТИН: *Але нам потрібні дванадцять годин відпочинку між польотами.* КАРОЛІН: *Я знаю, тому що ви **дуже ледачі** пілоти* [84].

У наведеному прикладі спостерігаємо використання повтору епітету *lazy* з метою його емпатизації. За допомогою такого стилістичного засобу, утворюється комічний ефект, тому що бортпровідниця висловила це з іронією. У перекладі використано трансформацію компенсації, де один із повторюваних елементів замінюється прислівником *дуже*, що передає комунікативну мету мовця, але іронічний відтінок втрачається.

Окрім повтору лексичних одиниць ми знаходимо повтор частин речення:

*DOUGLAS: That's okay. You can start as soon as I've given you mine. You're the captain, Martin, and one of the many excellent things about being captain, along with the irresistible sexual magnetism and first crack at the cheese tray, is that you're always right. So by all means take opinions, but remember: **you don't have to listen to Carolyn; you don't have to listen to ATC; you don't even** – and savour this, because I shall never say it again – **you don't even have to listen to me.** You're the boss. What you say, goes [89].* – ДУГЛАС: Нема за що. Ти можеш почати, як я тобі дам свій. Ти капітан, Мартін, і одна з багатьох переваг капітанства, поряд із чарівною сексуальністю і першістю у виборі сиру з таці, це те, що ти завжди маєш рацію. Тож безумовно вислуховуй думки, але пам'ятай: тобі не треба слухати Каролін; тобі не треба слухати диспетчера; тобі навіть – і насолодись цим, тому що я ніколи знову цього не скажу – тобі не треба слухати навіть мене. Ти головний. Як скажеш, так і буде [85].

У наведеному прикладі повтор частини речення *you don't have to listen* використовується у ситуації, коли Дуглас розповідає Мартіну про переваги його капітанства. Завдяки повтору цих частин речення виникає комічність, адже Дуглас наголошує на тому факті, що капітану не потрібно ні до кого дослухатись, в тому числі й до нього самого. У перекладі наведений повтор речень відтворюється за допомогою синтаксичного уподібнення, що зберігає стилістичний потенціал засобу, а також комічність ситуації.

Розглянемо наступний приклад повтору речення:

ARTHUR: Goodbye, thank you for flying MJN Air. Goodbye, thank you for flying MJN Air. Goodbye, thank you for flying MJN Air. Goodbye, tha ... Oh, that's it. All done, Mum! [88]. – АРТУР: До побачення, дякую за те, що летіли з MJN. До побачення, дякую за те, що летіли з MJN. До побачення, дякую за те, що летіли з MJN. До побачення, дяк... ой, от і все. Все зроблено, мем! [84].

У наведеному прикладі Артур прощається з пасажиром після польоту і дякує за те, що пасажир вибрав саме їхні авіалінії. Комічність створюється за допомогою синтаксичного стилістичного засобу повтору речення, адже бортпровідник повторює завчену фразу і зовсім не є щирим у своїх словах. Це доводить використання

апозиопезису, де мовець обриває повторюване речення, адже вже всі пасажери покинули борт. У перекладі спостерігаємо використання синтаксичного уподібнення, що є адекватним та еквівалентним перекладом оригіналу. Таким чином, комічність відтворюється повністю.

Наступний приклад ілюструє використання лексичного повтору та апозіопезису:

MARTIN: Fine. Fine! We'll go to Boston, but only if ... CAROLYN: Yes? MARTIN: ... Douglas talks to Shanwick. CAROLYN: Douglas? DOUGLAS: My pleasure (Radio on) [87]. – МАРТИН: Добре! Ми полетимо у Бостон, але тільки якщо... КАРОЛІН: Так? МАРТИН: ... Дуглас скаже Шанвіку. КАРОЛІН: Дуглас? ДУГЛАС: Із задоволенням. (Вмикає радіо) [83].

Наведений уривок містить комічність, адже бортпровідниця Каролін та другий пілот Дуглас вмовляли капітана летіти до Бостону, а не створювати проблеми і робити авірійне приземлення у Рейк'явіку. Мартін довго намагався переконати колег у протилежному, але він після вмовлянь нарешті погодився, саме це нам демонструє повтор лексеми *fine*. Проте, капітан погодився лише за однієї умови, яку він не поспішав говорити для того, щоб нарешті пошуткувати над своїм колегою, яий не полюбляв розмовляти з диспетчером. Такий злий жарт Мартін оголошує за допомогою апозіопезису, який гарно демонструє комічність ситуації. У перекладі лексичний повтор не передає того комунікативного посилу, який закладений в оригіналі, тому що стилістичний засіб відтворено за допомогою вилучення однієї повторюваної лексеми, що повністю нейтралізує передачу емоцій мовця. У випадку з апозіопезисом перекладач відтворює його за допомогою синтаксичного уподібнення і відтворює комічність.

Окрім комбінації повтору та апозіопезису в одному уривку, зустрічаємо поєднання останнього та риторичного питання:

DOCTOR PRICE: Yeah, a tunnel's obviously out of the question, but if you really need to get past him, you could use a couple of drinks trolleys and a stretcher to rig up a rudimentary cantilever bridge. That at least is my professional opinion as a PhD in civil

engineering. Or has one of us made some sort of really embarrassing mistake? MARTIN: I'm ... so sorry. I ... didn't ... DOCTOR PRICE: Yeah. Oh, and by the way, I dunno anything about medicine, but this guy doesn't need a doctor [88]. – ДОКТОР ПРАЙС: Ага, очевидно ж, тунель поза питанням, але якщо вам правда необхідно через нього перебраться, ви можете використовувати пару візків із напоями та ноші, щоб спорудити базовий консольний міст. Принаймні такою є моя професійна думка як доктора наук цивільної інженерії. Чи один із нас зробив дуже прикру помилку? MARTIN: Я... так перепрошую. Я... не... ДОКТОР ПРАЙС: Ага. Так, до речі, я про медицину нічого не знаю, але цьому чоловікові лікар не потрібен [84].

У наведеному прикладі комічність виявляється у тому, що капітан Мартін намагався викликати лікаря до одного з пасажирів, який втратив свідомість. Серед усіх пасажирів на борту був чоловік зі званням доктор, тому він його і намагався виманити, але той не хотів. Коли ж Мартіну вдалося його викликати, виявилось, що чоловік є доктора наук цивільної інженерії. Оскільки ситуація була неприємною і дещо комічною, Мартін не знав що сказати, адже йому було соромно, він використовує апзіопезис, що яскраво передає цю емоцію. У перекладі знаходимо синтаксичне уподібнення, що відтворює комунікативну установку сказаного. Також, зустрічаємо риторичне питання, що також відтворюється за допомогою синтаксичного уподібнення, відповідно збереження типу питання.

Наступний приклад знову ілюструє риторичне питання:

CAROLYN: Oh, for goodness' sake. Why don't people just blindly obey any more? He needs your hat because I want the captain to go down there and strike terror into his heart [90]. – КАРОЛІН: О боже мій. Чому люди більше просто не слухаються? Йому потрібен твій капелюх, бо я хочу, щоб капітан пішов туди і вразив жахом його серце [86].

Каролін іронічно підколює свого колегу Артура, адже той не міг зрозуміти її вказівок. Тому, бортпровідниця використовує риторичне питання *Why don't people just blindly obey any more?* в якому йде посилення на те, що раніше, під час правління тоталітарних режимів, люди піддавались всім наказам керівництва, навіть не задумуючись над метою завдання. У перекладі тип речення зберігається, але сенс

питання видозмінюється, адже у перекладі вилучається лексема *blindly*, яка і є носієм комічності у цьому реченні, що дещо нейтралізує комічність та комунікативну установку стилістичного засобу.

Також у досліджуваному мультимодальному тексті знаходимо вставні елементи, які є стилістичним засобом синтаксису:

CAROLYN: Who reminded you? DOUGLAS: Captain Crieff, or – as I am privileged to call him – Sir. CAROLYN: Martin, you are many things but, believe me, you are not ‘Sir’ [87]. – КАРОЛІН: Хто тобі це нагадав? ДУГЛАС: Капітан Кріф, або - як мені видається честь його називати - Сер. КАРОЛІН: Мартіне, ти багато хто, але, повір мені, ти не Сер [83].

Ситуація, яку демонструє наведений приклад, містить комічний елемент з відтінком сарказму, який виокремлюється за допомогою вставного речення. Дуглас зі сарказмом називає Мартіна сером, адже той наказав йому так його називати. Тому, Дуглас дуже нервує через це і намагається помститися за допомогою жарту. У перекладі вставний елемент зберігається, але фраза дещо змінює свою структуру через особливості перекладної мови. Так, замість активного стану у перекладі бачимо пасив, що є допустимим, адже комунікативна установка речення не змінюється.

У наступному прикладі виділяємо вставне речення:

CAROLYN: All right, Biggles, you divert if something goes very, very seriously wrong, and I am talking, “Oh dear, surely we had two wings when we started,” wrong. Otherwise ... otherwise you press on like a brave little soldier and you stop treating my company as a bottomless money pit [89]. – КАРОЛІН: Ну добре, Біглз, ти можеш повертати, якщо щось піде дуже, дуже погано, і я маю на увазі «Ой мамо, я впевнений, у нас було два крила на початку» погано. У будь-якому іншому випадку продовжуй як хоробрий маленький солдатик і перестань використовувати мою компанію як бездонну грошову яму [85].

У наведеному прикладі бортпровідниця Каролін кепкує над непередбачуваною ситуацією, яка може статися під час польоту, даючи вказівки щодо керування літаком. Вона описує цю ситуацію цілим вставним реченням “*Oh dear, surely we had two wings*

when we started”, яке у перекладі відтворюється як «*Ой мамо, я впевнений, у нас було два крила на початку*». Переклад є адекватним з певними замінами, а саме прислівник *surely* замінюється на прикметник *впевнений*, фраза *when we started* відтворюється за допомогою прислівника *часу на початку*. Такий переклад вважаємо вдалим, адже він передає прагматичний потенціал стилістичного засобу.

Окрім розглянутих засобів стилістичного синтаксису у тексті досліджуваного радіошоу знаходимо асиндетон – пропуск сполучників, що зв'язують окремі слова й частини фраз:

MARTIN: I see. So if an engine catches fire on take-off, shrug shoulders, keep upper lip stiff, press on for Portugal. Got it [90]. – *Мартін: Зрозуміло. Значить, якщо двигун загориться під час зльоту, знизити плечима, стиснути зуби і летіти до Португалії. Зрозумів* [86].

У наведеному прикладі Мартін іронічно жартує над інструкцією з дій у разі загорання двигуна. Йому явно не подобається алгоритм дій, тому він намагається висміяти його. Це він робить за допомогою асиндетону, коли перелічує порядок процедур, необхідних для порятунку, а саме: *take-off, shrug shoulders, keep upper lip stiff, press on for Portugal*. У перекладі на початку асиндетон відтворюється, але в кінці з'являється сполучник *і*. На нашу думку такі зміни не суттєво впливають на контекст та комунікативну ціль сказаного, до того ж, комічність також зберігається.

Отже, засоби стилістичного синтаксису складають 22% з усієї кількості дібраних досліджуваних одиниць, адже матеріал дослідження є аудіотекстом, який передає живе мовлення учасників шоу, синтаксис не є домінантним у творенні комічності, хоча певні засоби ми виокремили. Серед найчастіше вживаних стилістичних засобів виділяємо апозіопезис, повтор частин речення, повтор лексем, риторичні питання, вставні елементи, асиндетон. У перекладі вони відтворюються за допомогою стилістичного уподібнення, а саме в процесі перекладу повтору частин речення, апозіопезису та асиндетону; при відтворенні риторичних питань тип речення не змінюється, відбуваються заміни частин речення через особливості української мови; в процесі перекладу вставних елементів та повтору лексичних одиниць не часто

спостерігаємо вилучення елементів, що видозмінює комунікативну установку висловленого. Загалом, переклад стилістичних засобів синтаксису є адекватним, адже він яскраво відтворює комічність ситуацій.

3.2.4. Відворення засобів стилістичної фонетики у перекладі українською

Оскільки радіошоу є мультимодальним текстом, важливим є розглянути творення комічного у досліджуваному матеріалі за допомогою засобів стилістичної фонетики, які графічно підкреслюють фонетичні характеристики тексту. Досить часто зустрічаємо емфатичний наголос, який у тексті позначається курсивом:

MR. LEEMAN: Right. So you *weren't* on the point of aborting anything, now were you? MARTIN: Sir, as the commander of this vessel, I must *demand* ...[88] - Містер ЛІМАН: Саме так. Значить, нічого ти не збирався розвертати, правда? МАРТІН: Сер, як командир цього судна, я вимагаю... [84].

У прикладі використано емфатичний наголос, що демонструє інтонацію мовців, задля створення іронічного ефекту. У тексті англomовного транскрипту такий фонетичний засіб зображується за допомогою курсиву, а в українському перекладі емфатичний наголос ніяк не зображується, відповідно іронічна комічність розмови не відтворюється.

Розглянемо ще один приклад емфатичного наголошення за допомогою курсиву:

MARTIN: We can't do it. CAROLYN: We *can* do it, we *will* do it and we *are doing* it. Does that answer your question? [88]. – МАРТІН: Ми не можемо це зробити. КАРОЛІН: Ми можемо це **зробити**, ми **зробимо** це і ми це **робимо**. Це відповідає на твоє запитання? [84].

У наведеному уривку діалогу, де пілот Мартін та бортпровідниця Каролін сперечаються щодо рейсу до Стамбулу, який пілот явно не хоче виконувати, а жінка переконує його. Комічність виражається за допомогою емфатичного наголосу, який використовує Каролін у своїй репліці, наполягаючи на своєму. Наголошеними є дієслова *can*, *will* та *are doing*, які показують часову приналежність майбутнього, теперішнього та тривалого способу дії. В українському перекладі такий фонетичний

засіб просодики відтворено за допомогою префіксів та суфіксів, які виражають час дії. Зазначимо, що інтонація та наголос як засоби вираження комічного з чисто фонетичного феномена перетворюється у феномен фонетикограматичний, тому що він виконує і граматичну функцію.

Розглянемо наступний приклад емпатичного наголошення, який слугує засобом творення комічного:

ARTHUR: Skipper, are you *sure* there's not enough fuel to wait? 'Cause there's always a little bit left when the gauge shows red. MARTIN: Yes, oddly enough, Arthur, a jet aircraft isn't as precisely similar to a Vauxhall Corsa as a *stupid person* might imagine. We're going to Bristol [89]. – АРТУР: Скіппер, ти впевнений, що у нас недостатньо палива, щоб зачекати? Тому що завжди залишається трохи, коли датчик червоний. МАРТИН: Так, Артур, дивно, але літак не так схожий на Ваксхал Корса (*марка машини*), як *дурень* може собі уявити. Ми летимо до Бристоля [85].

У прикладі ригіналу спостерігаємо використання графічного зображення наголошуваних слів *sure* та *stupid* за допомогою курсиву. У першому випадку наголошений прикметник *sure* передає інтенцію мовця переконатися у правоті попереднього твердження. У другому прикладі прикметник виділяється курсивом, адже мовець іронічно насміхається над Артуром, натякаючи на те, що він і є тим дурнем. У тексті перекладу емпатичне наголшення за допомогою курсиву відсутнє, що нейтралізує комічний ефект виділених лексичних одиниць. Звернемо увагу, що в процесі відтворення слвосплучення *stupid person* використано модуляція і відповідно заміна частини мови з прикметника на іменник.

Для графічної передачі емоційності героїв використовуються великі літери, які ми знайшли у досліджуваному мультимодальному тексті, і які є засобом творення комічного:

SECURITY GUARD: *Please come with me ... (Martin cries out in pain).* SECURITY GUARD: ... *sir!* CAROLYN: *YOU IDIOT, Martin! YOU COLOSSAL IDIOT!* [88]. – ОХОРОНЕЦЬ: *Будь ласка, пройдіть за мною (Мартін скрикує від болю).* ОХОРОНЕЦЬ: ... *ser!* КАРОЛІН: *Ти ідіот, Мартіне!! Ти неймовірний ідіот!!* [84].

Наведений уривок демонструє ситуацію, коли хоронець на митниці в аеропорту попросив капітана пройти з ним, адже той поведився невідповідно і порушував субординацію. Каролін намагалася попередити цей випадок, але Мартін її не послухався і продовжував сваритися з охорнцем, тому вона має емоційну реакцію і використовує вульгаризм *IDIOT*, підсилений епітетом *COLOSSAL*. Спостерігаємо, що у мультимодальному тексті емоційність бортпровідниці передається за допомогою великих літер, які допомагають реципієнту визначити переживання героїні. У перекладі фонетичний засіб стилістики відсутній, вульгаризми не виділяються великими літерами, але спостерігаємо компенсацію цього графічного засобу за допомогою подвоєння знаку оклику, що дає реципієнту розуміння про комунікативну мету мовця. Такий переклад вважаємо адекватним і зрозумілим для аудиторії.

Згідно класифікації стилістичних засобів Ю. М. Скребньова, повтор літер є фонетичним засобом передачі емоційності у тексті. Наведемо кілька прикладів з досліджуваного матеріалу:

ARTHUR: Right. Yes. But ... you know ... it's just a sweet little pussycat. MARTIN: It's not! It's a crazed PSYCHO-cat! Look at yourself, Arthur! You have open wounds! ARTHUR: Yeah, I-I suppose so, but ... it's gonna get really cold ... (Martin sighs in despair) [87]. – АРТУР: Це правда. Так. Але... знаєш... це лише маленький гарненький котик. МАРТИН: Ні! Це божевільний кіт-псих!!! Подивися на себе, Артуре! У тебе відкриті рани! Артур: Так, я розумію, але... йому буде так холодно... (Мартін зітхає безнадійно) [83].

Повтор займенника *I* зображує невпевненість мовця у своєму власному твердженні. Ситуація є комічною, адже Артур та Мартін сперечаються на рахунок kota, якого Артур хоче прихистити у себе, стверджуючи, що тварина є милою і не несе ніякого зла. Мартін, у свою чергу, прагне переконати колегу у протилежному, тому він наголошує, що кіт є психом і у тексті таке наголошення виділяється на фонетичному рівні за допомогою великих літер. У перекладі повтор займенника вилучається повністю, тому невпевненість героя не відтворено у тексті перекладу.

Щодо великих літер, то в українському варіанті знову ж бачимо тенденцію компенсації великих літер знаками оклику.

Наведемо ще один приклад повтору літер у слові:

ARTHUR: But, Skipper, it's really cold as high up as this. MARTIN: Yes, thank you, Professor Science. ARTHUR: S-so we should turn the heating on. MARTIN: Yes, okay, good idea! You can do it! Just climb out over the wing, wrench open the hold door, swing yourself in and adjust the thermostat [90]. – Артур: Але, Скіпере, на такій висоті дуже холодно. Мартін: Так, дякую, професор Наука. Артур: **Н-ну**, тоді ми маємо включити обігрівач? Мартін: Так, окей, гарна ідея! Ти можеш це зробити! Просто переліз зовні через крило, відчини двері багажного відсіку, застрибни всередину й увімкни обігрівач [86].

У розглянутому прикладі повтор літери *s* у вставному слові *so* використовується для фонетичної передачі доказу власного твердження. Звернемо увагу, що така незначна особливість створює саркастичний ефект сказаного, адже Артур говорить з насмішкою над Мартіном. У перекладі інтенція мовця повністю зберігеться за допомогою калькування *н-ну*, що є досить вдалим перекладом, адже для українського реципієнта саме таке слово є способом вираження сарказму.

Окрім зазначених стилістичних засобів парадигматичної фонетики, виділяємо викристання ономапоєї у мультимодальному тексті:

SECURITY GUARD: It can't go in your hand luggage. You need to put it in the hold. MARTIN (scoffing): They're nasal clippers. What am I supposed to do with nasal clippers?! [87]. – ОХОРОНЕЦЬ: Вони не можуть бути у вашій ручній поклажі. Вам треба здати їх у багаж. МАРТИН (посміхаючись): Це щипці для волосся в носі. Що я маю ними зробити? [83].

Зазвичай ономапоєя – звуконаслідування у мультимодальних текстах позначає звуки, які мовці виражають в процесі мовлення. Оскільки матеріалом нашого дослідження є радіошоу, ономапоєю у тексті знаходимо у дужках на позначення емоційних звуків. Так, у наведеному прикладі Мартін саркастично насміхається, що передається у тексті в дужках, зазначаючи його реакцію на сказане охоронцем. У

перекладі *scoffing* відтворюється як псміхається, що є нейтральним відповідником, адже він не передає саркастичного відтінку. На нашу думку, було б краще відтворити ономапопею як *насмiхаючись*, що передало б комунікативну установку стилістичного засобу фонетики.

Наведем ще один приклад ономапопеї у досліджуваному мультимодальному тексті:

CAROLYN (interrupting): Answer the door! ARTHUR: Okay, I'm going, I'm going! (Bathroom door closes. The dog yaps again.) CAROLYN (soppy high-pitched voice): There we are, Snoopadoop! Who's a lovely clean girl?! (She laughs affectionately.) Go free! (Panting, the dog runs off with a rattling of claws on the linoleum) [89]. – *КАРОЛІН (перебиваючи): Відкрий двері! АРТУР: Окей, йду, йду! (Двері у ванну зачиняються. Собака знову гавкає). КАРОЛІН (зворушливо): Ось так, Снупадуп! Хто хороша чиста дівчинка? (Вона тепло сміється.) Біжи! (Тяжко дихаючи, собака біжить, стукаючи кігтями по лінолеуму) [85].*

Вищенаведений приклад яскраво демонструє мультимодальний текст, який насичений засобами ономапопії як пояснення звуків, які виникають в процесі мовлення учасників діалогу радіошоу. Так, виділяємо наступні приклади стилістичного засобу фонетики ономапопеї, які описують поведінку собаки: *yap, panting, rattling*. У перекладі вони відтворюються по-різному, *yap* перекладається як гавкати, що деякою мірою нейтралізує стилістичне навантаження, адже *yap* означає пискливо гавкати, що й вимагає ситуація у тексті, за якої собака невдоволена тим, що її хтось потурбував. На нашу думку, ономапопею варто було відтворити як *дзявкати*, що передало б комізм ситуації. Звуконаслідування *panting* відтворюється як *тяжко дихати*, що є буквальним перекладом, варто було б замінити його на *задихаючись*, що яскраво відтворило б стилістику. *Rattling* відтворено як *стукаючи*, що також є нейтральним відповідником. Ми вважаємо, що доречнішим еквівалентом була б лексема *деренчати*, адже вона є емоційно забарвленою і створює комічний ефект.

Окрім зазначених стилістичних засобів фонетики, виокремлених Ю. М. Скребньовим, ми знайшли ще декілька засобів творення комічного на фонетичному рівні у досліджуваному мультимодальному тексті. Для передачі особливостей мовлення мовців, в тексті досліджуваного радіошоу використовуються імітації:

MR. LEEMAN: *Well, that sure gives me confidence. So, uh ... (he takes another drag on his cigarette) ... we're all done here, right?* ARTHUR: *Yep!* MR. LEEMAN: *And I can smoke.* ARTHUR: *Er ...* [87]. Містер Лиман: *Що ж, це додає мені надії. Так що, еє...* (він ще раз затягує цигарку)... ми тут закінчили, так? АРТУР: *Так!* МІСТЕР ЛІМАН: *І я можу курити.* АРТУР: *Еє...* [83].

У наведеному прикладі особливості мовлення пілота, а саме його нерішучість, у тексті англомовного транскрипту позначається різними імітованими звуками та трикрапкою для позначення паузи *uh ... Er ...* В українському варіанті транскрипту спостерігаємо використання лише одного звуку *ее...*, що є звичним для звичайного мовлення українців, але він має єдиний відтінок, що не передає іронічну нерішучість пілота, на відміну від англомовного варіанту.

Наведемо ще один приклад інтонаційної імітації та замовчування:

ARTHUR: *Here you go. (Clink of a mug being put down.)* ARTHUR: *Do you need a hand?* CAROLYN: *Yes. Pass me the shampoo and catch hold of this. (Splashing as Carolyn throws something to Arthur. A dog yaps excitedly).* CAROLYN (in a soppy high-pitched voice): *All right, good girl. Awwww! Who's going to be a lovely clean doggie?!* [88]. – АРТУР: *Ось (Звук чашки, поставленої на стіл) Тобі допомогти?* КАРОЛІН: *Так. Подай мені шампунь і ось це злови. (Звуки води, як Каролін кидає щось Артуру. Собака вищить збуджено.)* КАРОЛІН (зворушливим високим голосом): *Ось так, гарна дівчинка. Аааахх! Хто буде чистеньким славним собачкою?* [84].

У вищенаведеному уривку комічність твориться саме завдяки імітованому звуку *Аwwww!*, який показує емоцію зворушливості та милування, які Каролін відчуває, коли має собаку пасажера. Комічність простежуємо в тому, що завжди сувора бортпровідниця раптом стає такою чутливою при вигляді маленького песика.

У перекладі такий фонетичний засіб відтворюється за допомогою вигуку *Aaaaxh!*, який має мати різне емоційне забарвлення, залежно від контексту, тому використання перекладацького коментаря має велике значення для сприйняття реципієнтом наведеної інформації.

Також, варто звернути увагу на такий фонетичний засіб творення комічного як епіфора, тобто повторення однакових звуків, звукосполучень, слів або висловів:

ARTHUR: *Er, may I inform yourself that MJN does run a fully comprehensive non-smoking service, and as such as a result of this, all cigarettes, cigars and cigarellas must be extinguished upon embarkation, and retained in a state of extinguishment until termination of disembarkation. Thank yourself for your co-operation* [88]. – АРТУР: *Eee, я б хотів вас сповістити, що MJN надає сервіс із заборонаю паління, і, як наслідок цього, всі сигарети, сигари та сигарели повинні бути загашені по заході в літак і залишатися в загашеному стані до закінчення виходу з літака. Подякуйте собі за співпрацю* [84].

Звернемо увагу, що у наведеному прикладі пілот намагається пояснити правила перебування на борту літака, а саме попереджує про заборону паління. Своє невдоволення поганими звичками пасажирів Артур не може прямо висловити, тому він зі сарказмом повідомляє про те, як потрібно поводити себе під час польоту. Саме такий сарказм, окрім лексичних особливостей, зображується на фонетичному рівні за допомогою анафори – закінчення *-tion* у ряді лексем. У перекладі такі особливості мовлення не відтворюються, адже важко дібрати відповідники до зазначених слів із однаковим закінченням, відповідно комічність не передається на фонетичному рівні.

Отже, оскільки радіошоу є мультимодальним текстом, важливим є розглянути фонетичний рівень творення комічного у досліджуваному матеріалі, який є вираженням просодичних особливостей аудіотексту. Досить часто зустрічаємо емпатичний наголос, який у тексті транскрипту позначається курсивом. Також виділяємо повторення літер, використання великих літер та оноματοпею. Окрім зазначених фонетичних засобів виділяємо інтонаційні імітації, які у тексті виражаються різними імітованими звуками та замовчуванням для позначення паузи; епіфора, тобто повторення однакових звуків, звукосполучень, слів або висловів.

Варто зауважити, що інтонація та наголос як засоби вираження комічного з чисто фонетичного феномена перетворюється у феномен фонетикограматичний, тому що він виконує і граматичну функцію. У перекладі наведені одиниці відтворюються за допомогою звукового уподібнення, вилучення, афіксацією українських лексем, а також компенсацією, нейтралізацією і рідше вилученням. Загалом, комічність, яка виражаються фонетичними засобами у мультимодальному тексті, досить важко відтворити, тому інколи такі одиниці не можуть у повній мірі бути передані цільовою мовою.

ВИСНОВКИ

У роботі подано аналіз стилістичних засобів творення комічного в мультимодальному тексті англомовного радіошоу «Cabin pressure» на лексичному, семасіологічному, синтаксичному та фонетичному рівнях і способів їх відтворення українською мовою.

Дослідження дало змогу дійти таких висновків:

1. Слідом за А. А. Коновою, у дослідженні визначаємо комічне як комплексний процес, який ґрунтується на грі зі змістом та відрізняється різноманітністю типів, стратегій та правил, вибір яких залежить від різних аспектів культурного та соціального середовища. Основні особливості радіошоу, що відрізняють їх від інших – це їх синкретичність та експресивність, та використання паралінгвістичних засобів, що говорить про нерозривність візуального контенту при створенні комічного.

2. Слідом за Х. Штекелем, визначаємо мультимодальність як комбінацію різних модальностей та їх інтеграцію з погляду структури, семантики, дискурсу та риторичної функції у контексті соціальної взаємодії. мультимодальний текст – це багатокомпонентна смислова та функціональна єдність, інформація якого передається за допомогою вербального та візуального каналів та різних семіотичних кодів. В лінгвістиці мультимодальний текст ототожнюється з поняттям креолізований текст, адже особливістю креолізованого тексту є поєднання вербальних і невербальних знаків. Таким чином, в процесі сприйняття креолізованого тексту відбувається подвійне декодування закладеної в ньому інформації. Є. Є. Анісімова виділяє три групи креолізованих текстів: з нульовою, частковою та повною креолізацією. Ми відносимо радіошоу до креолізованих текстів з нульовою креолізацією, адже вони є фрагментами аудіозаписів, функція яких полягає у передачі смислового чи емоційного навантаження за допомогою окремих частин тексту.

3. Переклад мультимодального, креолізованого тексту – це вид художнього перекладу, який є процесом декодування змісту тексту, викладеного однією мовою, за допомогою створення нового еквівалентного тексту іншою мовою, і який має на меті донести до адресата, що належить одній мовній та культурній спільноті,

повідомлення автора тексту, що належить іншій спільності, зосереджуючись на адекватній та повноцінній передачі художнього забарвлення тексту та адаптації її візуальної та вербальної складової для сприйняття іноземцем. Основні труднощі перекладу художніх текстів: розуміння загального змісту тексту; визначення емоційного забарвлення; підбір адекватних мовних засобів, які можна віднести й до перекладу мультимодальних, аудіовізуальних текстів. Досягнення адекватності перекладу мультимодальних семіотично ускладнених текстів полягає у перекладі текстів з елементами інтертекстуальності, специфічною соціокультурною інформацією та відмінностями у конотації слів мови оригіналу та мови перекладу.

4. Комічний ефект досягається за допомогою застосування спеціальних мовних та немовних засобів. Мовні засоби охоплюють усі лінгвостилістичні засоби: фонетичні, лексичні, стилістичні, які виступають вираженням комічного. У нашому дослідженні ми послуговуємось класифікацією стилістичних засобів Ю. М. Скребньова, який демонструє комбінацію принципів парадигматичного та синтагматичного підходу Дж. Ліча та порівневий підхід І. Р. Гальперіна. Згідно з його класифікацією виділяємо парадигматичну та синтагматичну фонетику, морфологію, лексикологію, синтаксис та семасіологію. Переклад стилістичних засобів творення комічного в контексті мультимодального тексту становить особливу складність, тому що доводиться адаптувати гумор іноземної культури іншою мовою із збереженням усіх її культурних особливостей. Для досягнення адекватності перекладу такого виду тексту необхідно враховувати компетенції перекладача, його екстралінгвістичні знання та обізнаність в культурі різних народів, їх мовної специфіки.

5. Комічне у будь-якому творі, в тому числі й мультимодальному, виражається за допомогою стилістичних прийомів та засобів. У перекладі вони складають певні труднощі, тому перекладач вдається до використання перекладацьких трансформацій. У лінгвістиці існує ряд класифікацій перекладацьких трансформацій, серед яких найуживанішими є типологія В.І. Карабана, Л.К. Латишева, В.Н. Комісарова. У своєму дослідженні ми будемо послуговуватись типологією стилістичних трансформацій Т. Р. Левицької та А.М. Фітермана, до яких належать нейтралізація, компенсація, заміна (генералізація, конкретизація, модуляція),

вилучення, додавання, описовий перефраз. Така класифікація дозволяє яскраво відтворити стилістичні засоби творення комічного та розкрити їхній образний зміст у повній мірі.

6. Матеріалом нашого дослідження слугує англійське радіошоу “Cabin pressure”, яке є також сіткомом. Оскільки матеріал дослідження є комедійною програмою, ми досліджуємо мультимодальний аспект творення комічного у радіошоу, що є метою нашої роботи. В процесі дослідження ми притримуємось комплексної методики дослідження, що включає загальнонаукові методи, а саме індукцію та дедукцію (для аналізу теоретичного матеріалу на тему мультимодальності та вираження комічного у мультимодальних текстах); методи перекладацького аналізу (зادля аналізу способів відтворення мультимодального тексту радіошоу та визначення їх доцільності та адекватності, аналізуючи перекладений варіант); лінгвостилістичного аналізу (для визначення стилістичної характеристики та емоційного забарвлення елементів вторинного та первинного текстів); контекстуального аналізу (щоб проаналізувати досліджуваний текст, в якому використано лексичні, стилістичні та екстралінгвістичні засоби вираження іронії, та визначити залежність їх значення від контексту та інтенції мовця); мультимодального аналізу (враховує сенс образу та сенс, що виникає при взаємодії двох семіотичних ресурсів (вербального та просодичного)); метод кількісних підрахунків (зadля аналізу частоти використання мовних засобів створення комічного на різних рівнях, а також для визначення відсоткового співвідношення перекладацьких трансформацій та способів, використаних в процесі відтворення засобів творення комічного в досліджуваному творі) та порівняльний аналіз (для зіставлення оригінального мультимодального тексту англійського радіошоу “Cabin pressure” з текстом його українського перекладу задля порівняння мовних засобів вираження комічного та способів їх перекладу).

7. Найчастіше у мультимодальному тексті радіошоу “Cabin pressure” зустрічаємо засоби стилістичної лексикології (32%), що пояснюється специфікою формату радіошоу, а саме аудіотекст. За допомогою негативного прошарку парадигматичної лексикології досягається комічний ефект у сіткомі. До таких засобів відносяться

розмовні слова, жаргонізми, вульгаризми, сленгізми, оказіоналізми, ідіоматичні вирази. Також, обігруються професійні терміни, адже комічне радіошоу має авіаційну тематику, де працівники авіації використовують професійні жарти. В процесі перекладу зазначених лексичних одиниць використовується еквівалентний відповідник, транскрибування (що включає транслітерацію та транскрипцію), нейтральні відповідники, калькування, генералізація, та, у випадку перекладу деяких вульгаризмів, просторіччя. Такі способи відтворення комічних лексичних елементів інколи не передають їх прагматичного потенціалу та комунікативної установки.

8. Засоби стилістичної семасіології, використані у досліджуваному радіошоу, знаходиться майже у однаковому відсотковому відношенні лексикологією (30%). Такий показник зумовлений тим фактом, що шоу є гумористичним і виразні фігури допомагають створювати жарти, надаючи їм прихованості та певного прагматичного потенціалу. Серед парадигматичних стилістичних засобів семасіології превалюють гіпербола, метафора, алюзія, епітети. Серед синтагматичних засобів виокремлюємо використання порівняння, гри слів, антитези та оксюморон. Такі стилістичні одиниці надають образності висловленому та виражають приховану іронію та сарказм. В українському перекладі ці засоби відтворено за допомогою калькування, модуляції, компенсації, додавання; в процесі відтворення метафор використовується заміна образу; іноді зустрічається англomовне перенесення стилістичного засобу, у нашому випадку, гри слів, що, на нашу думку, є недоцільним, адже такий переклад є незрозумілим цільовій аудиторії та не передає комічність висловленого.

9. Засоби стилістичного синтаксису використовуються у радіошоу для творення комічного рідше (22%) у силу того, що матеріал дослідження є аудіотекстом, який передає живе мовлення учасників шоу, синтаксис не є домінантним у творенні комічності, хоча певні засоби ми виокремили. Серед парадигматичних стилістичних засобів виділяємо апозіопезис, повтор частин речення, повтор лексем, риторичні питання, вставні елементи, асиндетон. У перекладі вони відтворюються за допомогою стилістичного уподібнення, а саме в процесі перекладу повтору частин речення, апозіопезису та асиндетону; при відтворенні риторичних питань тип речення не змінюється, відбуваються заміни частин речення через особливості української мови;

в процесі перекладу вставних елементів та повтору лексичних одиниць не часто спостерігаємо вилучення елементів, що видозмінює комунікативну установку висловленого.

10. Засоби стилістичної фонетики також займають певну нішу у творенні комічного, налічуючи 15% з загальної кількості прикладів. Часові рамки субтитрування вплинули на добір перекладного еквівалента, адже потрібно знайти такий стилістичний засіб, який би співпадав з англомовним аудіотекстом, до того ж необхідно відтворити емотивну складову мовлення героїв, тому перекладач вдається до засобів фонетичної стилістики. Серед таких виділяємо курсив, великі літери, повтор літер, ономапія, які графічно підкреслюють фонетичні характеристики тексту. У перекладі наведені одиниці відтворюються за допомогою звукового уподібнення, афіксацією українських лексем, а також компенсацією, нейтралізацією і рідше вилученням. Загалом, комічність, яка виражаються фонетичними засобами у мультимодальному тексті, досить важко відтворити, тому інколи такі одиниці не можуть у повній мірі бути передані цільовою мовою. Загалом, переклад стилістичних засобів творення комічного у досліджуваному мультимедійному тексті радіошоу є адекватним, адже він яскраво відтворює комічність ситуацій за допомогою таких перекладацьких трансформацій як калькування (18%), нейтралізація (15%), компенсація (13%), генералізація (12%), конкретизація (10%), заміни (10%), вилучення (10%), модцяція (8%), додавання (4).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Наукові праці

1. Алексеева И.С. Введение в переводоведение. Спб.: Центр «Академия», 2006. 352 с.
2. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). М.: Академия, 2003. 107 с.
3. Арнольд І. В. Стилїстика сучасної англійської мови. Л.: Просвіта, 2003. 240 с.
4. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М.: Наука, 1988. 388 с.
5. Аристотель. Этика. Политика. Риторика. Поэтика. Категории. Минск: Литература, 1998. 1150 с.
6. Борев Ю. Б. О комическом. М.: Искусство, 1999. 232 с.
7. Бакумова Е. Ролевая структура художественного дискурса: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2002. – 197 с.
8. Баранов А.Г. Двухкомпонентность когнитива в жанровой специфичности / Жанры речи: Сб. научн. статей. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2001. Вып. №2. С. 46-52.
9. Батура Х. В. Творення комічного ефекту в радіошоу «Cabin pressure»: мультимодальний аспект / XIII International Scientific and Practical Conference «Multidisciplinary academic research, innovation and results». Чехія, Прага. Р. 107-109.
10. Батура Х. В. Творення комічного ефекту в радіошоу «Cabin pressure»: мультимодальний аспект / збірник тез XIII Міжнародної науково-практичної конференції “Modern science: innovations and prospects”. Стокгольм, Швеція. Р. 39-41
11. Бахтин М.М. Проблемы творчества Достоевского // Собрание сочинений в 7-ми тт.: под ред. С.Г. Бочарова, Л.С. Мелиховой. М: Языки славянской культуры, 2000. Т.2. 543 с.

12. Беянин В.П.: Основы психоллингвистической диагностики: Модели мира в литературе. М., 2000. 272 с.
13. Буланин Л. Л. Фонетика современного русского языка. М.: Высшая школа, 1970. 206 с.
14. Бутовская, М.Л. Язык тела: природа и культура: монография. Москва: Научный мир, 2004. 440 с.
15. Виноградов В. С. Перевод. Общие и лексические вопросы. М., 2004. 235 с.
16. Вдовина Т.В. Дискурс-анализ: методологический анализ и перспективы применения социологических исследований: автореф. дис. ...канд. социол. наук: 22.00.01. М.: 2012. 23 с.
17. Всеволодский-Гернгросс В.Н. Теория речевой интонации: монография. Санкт-Петербург, 1922. 128 с.
18. Гаврилова М.В. Социальная семиотика: теоретические основания и принципы анализа мультимодальных текстов. Политическая наука. 2016. Вып. 3. С. 101-117.
19. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка. М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1958. 459 с.
20. Гарбовский Н.К. Теория перевода: учебник. М.: Москва, 2004. 544 с.
21. Головина Л.В. Влияние изображения на смысловое восприятие креолизованного текста (Экспериментальное исследование). Речевое воздействие: психологические и психоллингвистические проблемы. М.: АН СССР, Инст. языкознания, 1986. 180 с.
22. Горина Е.В. дискурс интернета: определение понятия и методология исследования. Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. Вып. 11 (41). С. 64-67.
23. Горшкова В. Е. Перевод в кино в XXI веке: статус, проблемы, перспективы. Вестник. 2013. № 5. С. 54-62.
24. Дмитриев А.В. Социология юмора: Очерки. РАН Отд. Философии, социологии, психологии и права. М., 1996. 214 с.

25. Долгова А. О. Лингвистические трудности перевода английского юмора (на примере английских шуток и анекдотов). Гуманитарные технологии в образовании и социосфере: сб. науч. ст. М.: Минск: Изд. центр БГУ, 2016. С. 139-145.
26. Дубовицкая Л.В. Феномен креолизованного текста: автореф. дис.... канд. филол. наук. М., 2013. 22 с.
27. Жуланова Е. В. Возможности передачи и восприятия культурной специфики комического дискурса в условиях киноперевода. Вестник. 2014. № 3. С. 54-60.
28. Загидуллина М.В. Теория журналистики и вопросы методов медиаисследований. Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. № 1(31). С. 64-73.
29. Иванова Е.Б. Интертекстуальные связи в художественных фильмах: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ульяновск, 2002. 24 с.
30. Ильина О. К. Особенности английской шутки. Россия и Запад: Диалог культур. сборник статей XIII международной конференции. 2009 г. № 15 С. 154-162.
31. Ильин М.В., Фомин И.В. Социальная семиотика: изучение дискурсов и практик социального взаимодействия. Дискурс-Пи. 2018. Вып. 3-4 (32-33). С. 15-24.
32. Ихсанова Л. И. Основные трудности перевода комического на основе аллюзий в комедийном медиадискурсе (на материале сериала "Friends" и его перевода на русский язык). Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 5. С. 76-79.
33. Кононова А. А. Анализ изменений на рынке транспортных услуг, предлагаемых государственной программой развития транспортной системы. Экономика и менеджмент на транспорте: сб. науч. тр. СПб.: СПбГИЭУ, 2011. Вып. 8. С. 13-21.
34. Карабан В.И. Пособие-справочник по переводу английской научной и технической литературы. М., 1997.
35. Карасик А. В. Лингвокультурные характеристики английского юмора: автореф. дис. канд. филол. наук. М. : Волгоград : ВГПУ, 2001. 13 с.

36. Кибрик А.А. Мультимодальная лингвистика. Когнитивные исследования: сб. науч. трудов. Вып 4. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2010. С. 134-152.
37. Кибрик А.А. Мультиканальный дискурс. Часть II. Разработка корпуса и направления исследований. Психологический журнал. 2018. Вып. 2 (39). С. 79-90.
38. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. М.: ЭТС, 1999. 188 с.
39. Колесник О. Д. Комічне в перекладі. Л.: Докса, 2006. С. 103-110.
40. Крейдлин Г.Е. Семиотическая концептуализация тела и проблема мультимодальности. Экология языка и коммуникативная практика. 2014. Вып. 2. С. 100-120.
41. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог, роман. Вестник МГУ. Серия 9. Филология. М., 1995. № 1. С. 124.
42. Кузьмич О. Я. Мовні засоби творення комічного в українській прозі кінця ХХ століття – початку ХХІ століття. Дис. Луцьк, 2015. 217 с.
43. Кучик Г. Б. Структурно-семантичні та дискурсивні особливості англомовних текстів установчих документів міжнародних організацій. дис. Львів, 2016. 244 с.
44. Латышев Л.К. Взгляд на современный перевод через призму его. Перевод и переводческая компетенция: коллективная монография. М.: Изд-во Рос, 2003. 9-25 с.
45. Левицкая Т. Р., Фитерман А. М. Теория и практика перевода с английского языка на русский. М.: Международные отношения, 1963. 125 с.
46. Линтвар О.М. Вираження елементів комічного в худ тексті. Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Філологічні науки. 2013. № 14(3). С. 69-73.
47. Линтвар О. М. Лінгвостилістичні засоби вираження ідіостилю В. М. Текерея в оригіналі і перекладі. дис. канд. філол. наук. Одеса, 2015. 261 с.
48. Литвиненко А. О. Описание структуры дискурса в рамках теории риторической структуры: применение на русском материале. Труды Междунар.

- сем. по компьютерной лингвистике и ее приложениям. Т. 1. Аксаково, 2001. С. 159-168.
49. Лутков Е. А. Мультиформатность аудиовизуального перевода. Вестник Волгоградского государственного университета. 2016. № 14. С. 163-167.
50. Лобова О. К., Найдіна Є. С. Жанрова система комічного інституційного дискурсу. Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія «Філологічні науки». Мовознавство. 2018. № 9. С. 117-119.
51. Логовінова С., Лопата І. Лінгвокультурні проблеми художнього перекладу на прикладі синтаксичних трансформацій. Наукові записки. 2009. № 81 (4). С. 285-289.
52. Морозова А. М. Жанровая специфика юмористического дискурса. Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2013. № 1. С. 216-222.
53. Мороховский А.Н. Стилистика английского языка. К.: Вища школа, 1984. 241 с.
54. Монастирська Х. Р. Засоби творення комічного в творах української та англійської художньої літератури (алегорійні пропріальні номінації) / Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності «Львівський філологічний часопис». 2018. № 3. С. 170-174.
55. Наер В. Л. Продукционные стратегии текстовой реализации категории комического. Стилистические стратегии текстообразования. 1992. № 399. С. 86-94.
56. Николаева Ю.В., Кибрик А.А., Федорова О.В. Структура устного дискурса: взгляд со стороны мультимодальной лингвистики. Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии. М.: 2015. 14 (21). С. 469-480.
57. Овчинников Г.В. Методы интеракционного анализа: научно-практическое пособие. Тула, 2017. 86 с.
58. Омеляненко В.А., Ремчукова Е.Н. Поликодовые тексты в аспекте теории мультимодальности. Коммуникативные исследования. 2018. Вып. 3 (17). С. 66-78.

59. Онопрієнко Т. М. Узуально-асоціативні епітети в сучасній англійській мові / Вісник Житомирського державного університету ім. І. Франка. 2005. № 23. С. 4-7.
60. Основы перевода: Навчальний посібник. Чернівці: Рута, 2007. 424 с.
61. Панина М. А. Комическое и языковое средство его выражения. автореф. дисс. Москва, 1996. 21 с.
62. Переломова О. С. Лінгвокультурні коди інтертекстуальності українського художнього дискурсу: діахронічний аспект. Суми: Вид-во СумДУ, 2008. 208 с.
63. Плотникова С. Н. Речевое общение: специализированный вестник. Онтологический статус комического в коммуникации. М., 2011. №. 13. С. 6-32.
64. Радостева С. Н. Просодические средства выражения юмора в английском языке. Вестник Московского государственного лингвистического университета, 2014. №1. С. 214-221.
65. Салимова Д.А., Тимерханов А. Двухязычие и перевод: теория и опыт исследования. М.: Litres, 2015.
66. Сергеева Ю. В. Мультиmodalный текст как предмет искусства. Традиционное и новое в лингвистике, переводоведении, лингвокультурологии и лингводидактике: сб. статей. Спб., Издательство СПбГУ, 2017. С. 16-21.
67. Сдобников В.В., Петрова О.В. Теория перевода. Учебник. М.: Восток, 448 с.
68. Скребнев Ю. М. Основы стилистики английского языка. М.: Астрель; АСТ, 2000. 218 с.
69. Сорокин Ю.А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. Оптимизация речевого воздействия. М., 1990. С. 178-187.
70. Сонин А.Г. Экспериментальное исследование поликодовых текстов: основные направления. Вопросы языкознания. М., 2005. Вып. №6. С. 115-123.
71. Степанова Н. Ю. Контраст как средство создания комического эффекта (лингвостилистический аспект): автореф. дис. канд. филол. наук. М.: Москва : МПГУ, 2010. 213 с.
72. Тарасов Е.Ф. Принципы описания функциональных стилей (на материале немецкой экономической рекламы). ГПИИЯ им М.Тореза. М., 1964. 183 с.

73. Ткаченко А. Языковые индикаторы комической тональности речевых актов. Научный вестник Херсонского государственного университета, 2015. № 19. С.184-187.
74. Чернявская В.Е. Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность: учебное пособие для студентов вузов по направлению 050300 «Филологическое образование». М.: Директ-Медиа, 2014. 256 с.
75. Швейцер А.Д. Теория перевода (статус, проблемы, аспекты). М.: Наука, 1988. 215 с.
76. Kress G. Visual and verbal modes of representation in electronically media communication: the potentials of new forms of text. Taking literacy into the electronic era. L.: Routledge, 1998. P. 53-79.
77. O'Halloran K.L. Multimodal analysis and digital technology. Readings in Intersemiosis and Multimedia, Israel: IBIS Editions. 2013. P. 35-53.
78. Leech G. N. Style in Fiction: A Linguistic Introduction to English Fictional Prose. London: Longman, 2007. 402 p.
79. McNeill D. et al. Multimodal Human Discourse: Gesture and Speech. ACM Transactions on Computer-Human Interaction. 2002. P. 171-193.
80. Mondada L. Challenges of multimodality: Language and the body in social interaction. Journal of sociolinguistics. 2016. 20 (3). P. 336-366.
81. Stöckl H. Linguistic multimodality - multimodal linguistics: A state-of-the-art sketch. Multimodality: Disciplinary Thoughts and the Challenge of Diversity. Berlin: De Gruyter, 2019. P. 41-68.
82. Van Leeuwen T. Introducing Social Semiotics. London: Routledge. 2005. 301 p.

Джерела ілюстративного матеріалу

83. BBC Radio 4. Cabin Pressure. 1.1. Абу-Дабі. URL: <https://www.bbc.co.uk/programmes/b04vf25d>
84. BBC Radio 4. Cabin Pressure. 1.6. Бостон. URL: <https://www.bbc.co.uk/programmes/b04vf25d>
85. BBC Radio 4. Cabin Pressure. 1.6. Куала-Лумпур. URL: <https://www.bbc.co.uk/programmes/b04vf25d>

86. BBC Radio 4. Cabin Pressure. 4.4. Вокінгем. URL: <https://www.bbc.co.uk/programmes/b04vf25d>
87. BBC Radio 4. Cabin Pressure. 1.1. Abu Dhabi. URL: <https://www.bbc.co.uk/programmes/b00lmcxj/episodes/guide>
88. BBC Radio 4. Cabin Pressure. 1.6. Boston. URL: <https://www.bbc.co.uk/programmes/b00lmcxj/episodes/guide>
89. BBC Radio 4. Cabin Pressure. 2.5. Kuala Lumpur. URL: <https://www.bbc.co.uk/programmes/b00lyvz7>
90. BBC Radio 4. Cabin Pressure. 4.4. Wokingham. URL: <https://www.bbc.co.uk/programmes/b01q8qqc>

Довідкова література

91. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. В 4-х томах. Том 2: И – О. 2-е издание, исправленное и значительно умноженное по рукописи автора. СПб.-М.: Издание книгопродавца-типографа М.О. Вольфа, 1881. 475 с.
92. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка. М.: Мир и Образование, Оникс, 2011. 268 с.
93. Павленков Ф. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка. СПб.: Типография Ю. Н. Эрлих, 1907. 283 с.
94. Палажченко П. Р. Всё познается в сравнении, или несистематический словарь трудностей, тонкостей и премудростей английского языка в сопоставлении с русским. М.: Валент, 1999. 374 с.
95. Ушаков Д. Н. Толковый словарь русского языка. М.: Альта-Принт, 2005. 583 с.
96. Фролов И.Т. Философский словарь. М.: Политиздат, 2001. 638 с.
97. Ярцева В. Н. Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990. 694 с.
98. Horton N. The Continuum Encyclopedia of Literature. L.: Continuum Int. Publ. Group, 2005.. 275 с.

Інтернет-джерела

99. Белокурова С.П. Словарь литературоведческих терминов. URL: http://literary_criticism.academic.ru/268/%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%84%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D1%8F
100. Козуляев А.В. Аудиовизуальный полисемантический перевод как особая форма переводческой деятельности и особенности обучения данному виду перевода. URL:<http://cyberleninka.ru/article/n/audiovizualnyy-polisemanticheskiy-perevod-kakosobaya-forma-perevodcheskoj-deyatelnosti-i-osobennosti-obucheniya-dannomuvidu>
101. Мищенко В. В. Комическое как объект перевода. URL: http://www.pglu.ru/upload/iblock/17c/Pages-from-CH-4_95-ekz._36.pdf.

ДОДАТКИ

Основні положення мультимодальності (за Г. Кресом та Т. Луївенем)

взаємодія різних семіотичних модусів визначає зміст висловлювання та його репрезентацію у комунікації

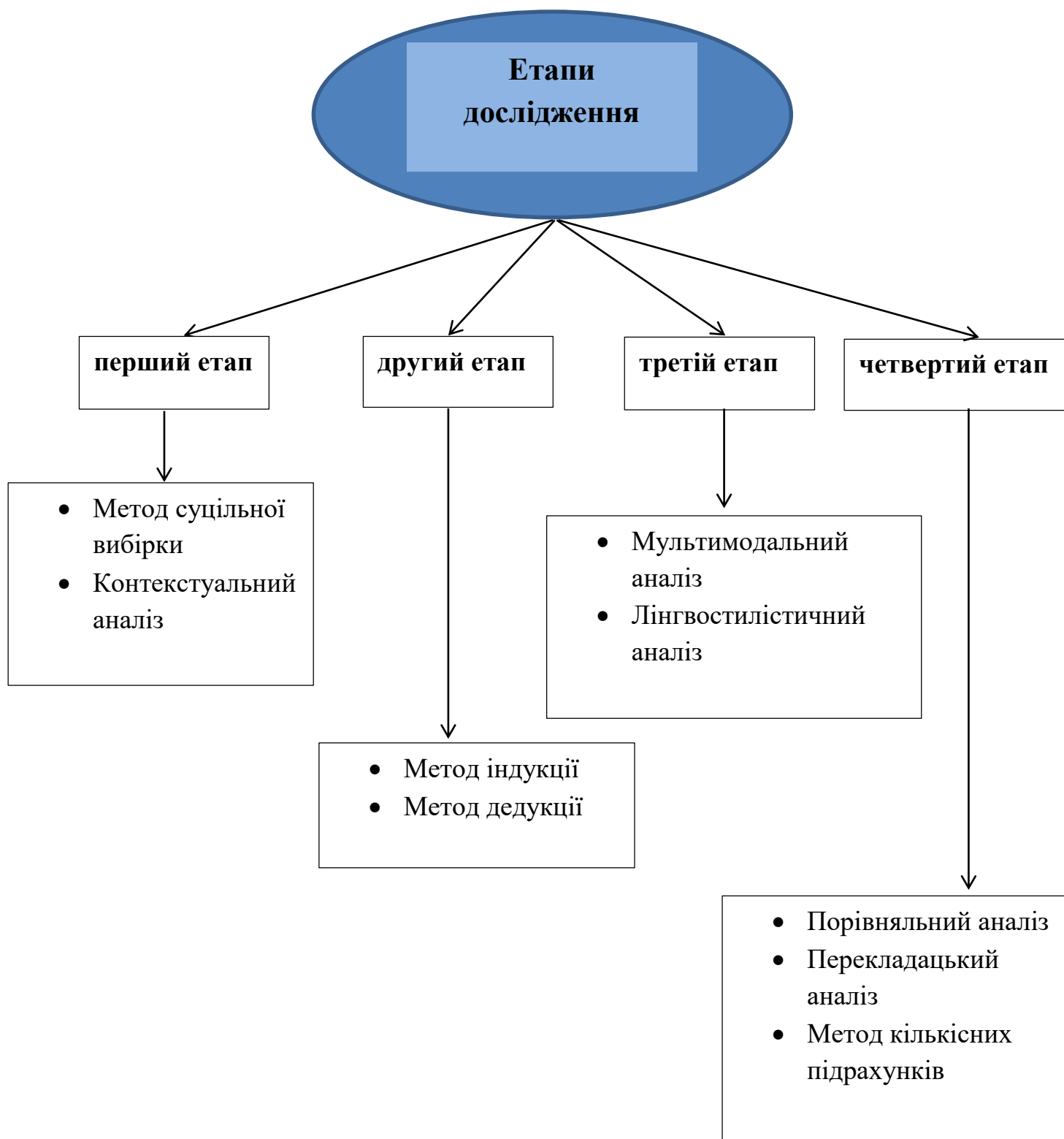
у мовному спілкуванні існують як вербальні ресурси, так й інші екстралінгвістичні, семіотично неоднорідні ресурси задля досягнення певної комунікативної мети

зміст висловлювання формується в момент його створення та впливає на вибір невербальних засобів в акті комунікації

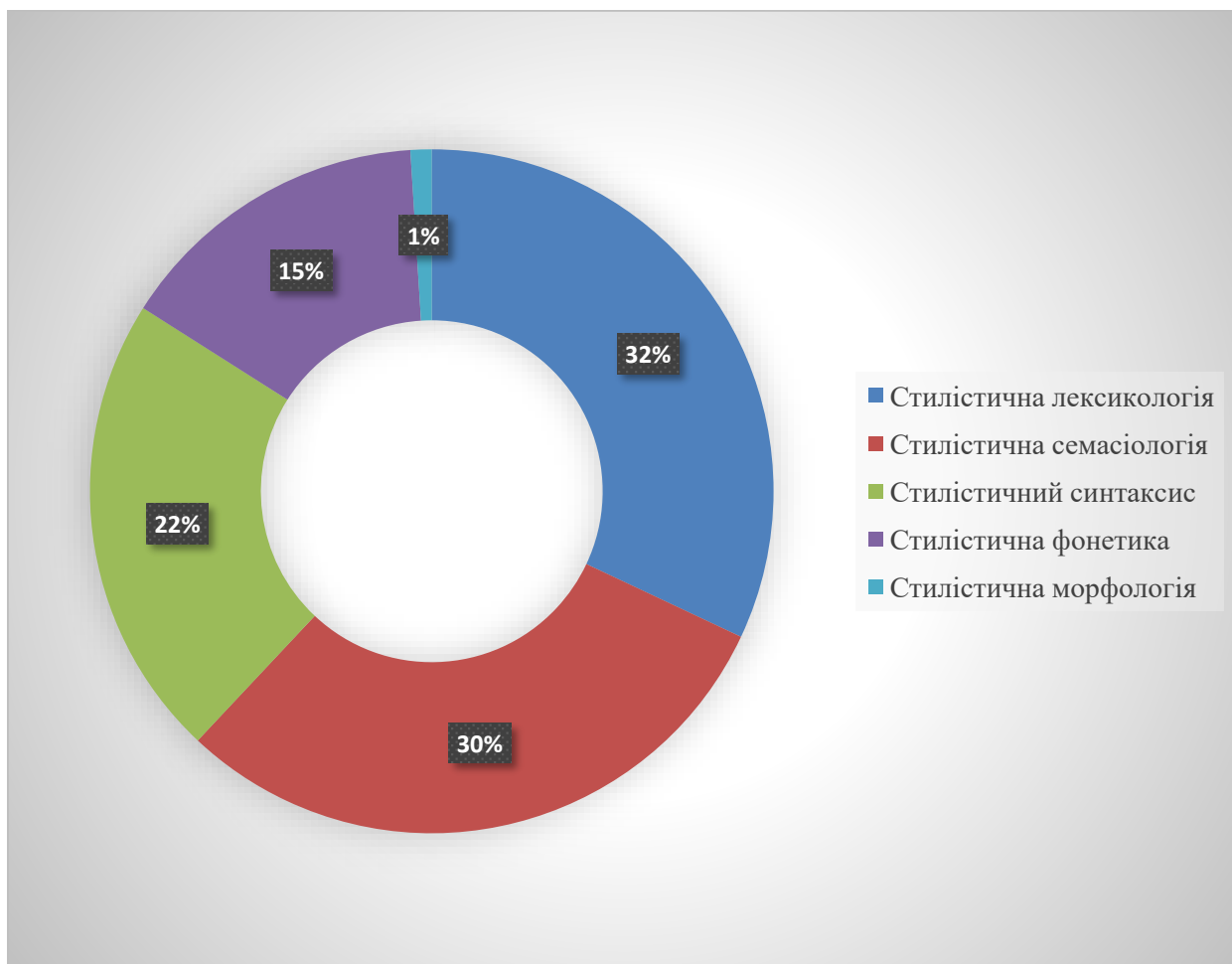
Класифікація стилістичних засобів Ю. М. Скребньова

	Парадигматична	Синтагматична
Лексикологія	<p><i>Позитивний прошарок:</i> поетичні, проесійні, офіційні слова</p> <p><i>Нейтральний прошарок</i></p> <p><i>Негативний прошарок:</i> розмовні слова, вульгаризми, оказіоналізми, діалектизми</p> <p><i>Терміни</i></p>	Вивчає зіставлення «слово-контекст» і досліджується на прикладі окремого тексту
Семасіологія	<p><i>Виразні засоби кількості:</i> гіпербола, мейозис</p> <p><i>Виразні засоби якості:</i> <i>Метонімія:</i> синекдоха, перифраз, евфемізми</p> <p><i>Метафора:</i> Алюзія, персоніфікація, антономазія, алегорія, промовисті імена</p> <p><i>Іронія</i></p>	<p><i>Засоби тотожності:</i> порівняння, синонімічна заміна</p> <p><i>Засоби нерівності:</i> Клімакс, антиклімакс, зевгма, гра слів, прихована тавтологія</p> <p><i>Засоби контрасту:</i> Оксиморон, антитеза</p>
Синтаксис	<p><i>Завершеність структури речення:</i> Еліпсис, апозіопезис, одночленні номінативні речення, повтор речення, полісиндетон</p> <p><i>Порядок слів:</i> інверсія</p> <p>Квазіречення, риторичні питання</p> <p><i>Типи синтаксичного зв'язку:</i> відособлення, вставні елементи, асиндетон</p>	<p>Паралелелізм</p> <p>Анафора</p> <p>Епіфора</p> <p>Фреймінг</p> <p>Анадиплосис</p> <p>Хіазм</p>
Фонетика	<p>Курсив</p> <p>Великі літери</p> <p>Ономатопія</p>	<p>Алітерація, асонанс</p> <p>Парономазія</p> <p>Ритм, рима, розмір</p>
Морфологія	<p>Стилістичний потенціал граматичних форм: час, рід, число</p>	<p>Монотонний повтор морфем;</p> <p>Повтор морфологічних значень у різному вираженні</p>

Етапи та методи дослідження стилістичних засобів творення комічного ефекту у мультимодальному тексті та їх перекладу



**Відсотковий показник використання стилістичних засобів творення
комічного у радіошоу «Cabin pressure»**



**Стилістичні засоби творення комічного у радіо шоу «Cabin pressure» та їх
переклад українською**

<i>Засіб</i>	<i>Оригінал</i>	<i>Переклад</i>
Стилістична лексиколгія		
Ідіоми	CAROLYN: <i>Finally, please keep your mobile phones switched off for the duration of the flight. Obviously they have no effect whatsoever on our navigational equipment or we wouldn't let you have them, but they drive me up the wall.</i>	КАРОЛІН: Вони, звичайно ж, ніяк не впливають на наші навігаційні прилади, інакше ми б не дозволили вам їх брати з собою, але вони мене дратують до чортиків .
Сленгізми	MARTIN: <i>It's always trouble when we're 'gentlemen'. I prefer it when we're 'imbeciles'.</i> DOUGLAS: <i>Or 'dolts'.</i> MARTIN: <i>'Dolts' is good, yes.</i>	– МАРТІН: Коли нас називають «джентльмени», це завжди до біди. Краще, коли ми «імбіцили» . ДУГЛАС: Або «дурні» . МАРТІН: «Дурні» – це добре, так.
Вульгаризми	ARTHUR: <i>You know the chaps 'll be here soon, don't you?</i> CAROLYN: <i>What time is it?</i> ARTHUR: <i>Six fifteen ... Oh, damn!</i>	Артур: Ти знаєш, що хлопці скоро під'їдуть? КАРОЛІН: Котра година? АРТУР: Шоста п'ятнадцять ... От, холера!

Оказіоналізми	ARTHUR: <i>Er, may I inform yourself that MJN does run a fully comprehensive non-smoking service, and as such as a result of this, all cigarettes, cigars and cigarellos must be extinguished upon embarkation...</i>	АРТУР: <i>Еее, я б хотів вас сповістити, що MJN надає сервіс із заборобою паління, і, як наслідок цього, всі сигарети, сигари та сигарели повинні бути загашені по заходу в літак....</i>
Професійна термінологія	ARTHUR: <i>The wings are really heavy. How does bolting two ginormous lumps of metal to a ginormous lump of metal give it lift?</i> CAROLYN: <i>Well, because they are wings. Well, they're like birds' wings.</i> ARTHUR: <i>Yeah, but birds' wings flap. Ours don't flap. They've got flaps, but I once watched the flaps all the way to Stockholm and, take it from me, they are seriously mis-named.</i>	АРТУР: <i>Крила дуже важкі. Як приробляння двох величезних шматків металу до іншого величезного шматка металу дає йому підйом?</i> КАРОЛІН: <i>Ну тому що це крила. Як би вони як пташині крила.</i> АРТУР: <i>Так, але птахи махають крилами. Наші не махають. Вони мають клапани, але я якось спостерігав за клапанами цілий політ до Стокгольма, і повір мені, їх дуже неправильно назвали.</i>
Стилістична семасіологія		
Алюзія	DOUGLAS: <i>Sorry, Captain, can't help you.</i> MARTIN (sighing):	ДУГЛАС: <i>Вибачте, капітане, нічим не можу допомогти.</i> МАРТІН

	<i>Simon Says could you balance the fuel?</i>	(зітхаючи): Саймон каже не міг би ти перевірити паливо?
Гра слів	MARTIN: But ... <i>I've got my easyJet interview on Wednesday afternoon.</i> DOUGLAS: <i>Ah well, easyJet, easy go.</i>	МАРТІН: <i>Але... У мене співбесіда з EasyJet у середу в обід.</i> ДУГЛАС: <i>Ну що ж, easy Jet, easy go.</i>
Метафора	CAROLYN: ... <i>The fine people at Algonquin Charter Air have – excellently – grounded a Gulfstream at Luton, which leaves them with a whole parcel of cross Americans who aren't in America, but would like to be.</i>	КАРОЛІН: ... <i>Прекрасні люди Algonquin Charter Air – чудово – приземлилися у Гольфстрім у Лютоні, що залишило їх із цілим натовпом озлоблених американців, які не в Америці, але хотіли б там бути.</i>
Епітет	CAROLYN: <i>Your seat belt fastens like this, and unfastens like this. An invaluable lesson there for any of you who have never been in a car.</i>	КАРОЛІН: <i>Ваш пасок безпеки застібається так і розстібається так. Безцінний урок для всіх тих, хто ніколи не їздив в авто</i>
Оксюморон	CAROLYN: <i>And what's wrong with the hospitals in Boston?</i> MARTIN: <i>Nothing's wrong with them! They're terribly good, but they're fifteen hundred miles away.</i>	КАРОЛІН: <i>І що не так із лікарнями у Бостоні?</i> МАРТІН: <i>Нічого з ними не так! Вони дуже гарні, але вони на відстані</i>

		п'ятнадцять тисяч миль від нас.
Антитеза	ARTHUR: <i>Here we are, gents. Coffee with nothing in it; tea with everything in it. Great cabin address, Douglas. I love cargo flights.</i>	Артур: <i>Ось джентльмени. Кава з нічим і чай з усім. Відмінне звернення до пасажирів, Даглас. Я обожаю вантажні польоти.</i>
Порівняння	MARTIN: <i>Carolyn. Hello.</i> CAROLYN: <i>Reykjavik! Reykjavik! Reykjavik!</i> MARTIN: <i>Carolyn, you sound like you're coughing up a hairball.</i> CAROLYN: <i>Why in the wide world are we going to Reykjavik?</i>	МАРТИН: <i>Каролін. Привіт.</i> КАРОЛІН: <i>Рейк'явік! Рейк'явік! Рейк'явік!</i> МАРТИН: <i>Каролін, ти звучиш так, ніби викашлюєш шматок волосся.</i> КАРОЛІН: <i>Чому ми направляємось в Рейк'явік?</i>
Гіпербола	DOUGLAS: <i>How did it go?</i> MARTIN: <i>Fine. Fine. Fine. Fine. Fine. Arthur ...</i> DOUGLAS: <i>Well, anything you say thousand times is obviously true.</i>	ДУГЛАС: <i>Ну, як все пройшло?</i> МАРТИН: <i>Нормально. Нормально. Нормально. Нормально. Артур...</i> ДУГЛАС: <i>Що ж, очевидно, що все, що ти стверджуєш тисячу разів, правда.</i>
Стилістичний синтаксис		

Повтор лексем	<p>MARTIN: <i>But we have to have twelve hours' rest between trips.</i></p> <p>CAROLYN: <i>I know, because you are lazy, lazy pilots.</i></p>	<p>МАРТИН: <i>Але нам потрібні дванадцять годин відпочинку між польотами.</i></p> <p>КАРОЛІН: <i>Я знаю, тому що ви дуже ледачі пілоти.</i></p>
Повтор речення	<p>ARTHUR: <i>Goodbye, thank you for flying MJN Air. Goodbye, thank you for flying MJN Air. Goodbye, thank you for flying MJN Air. Goodbye, tha... Oh, that's it. All done, Mum!</i></p>	<p>АРТУР: <i>До побачення, дякую за те, що летіли з MJN. До побачення, дякую за те, що летіли з MJN. До побачення, дякую за те, що летіли з MJN. До побачення, дяк... ой, от і все. Все зроблено, мем!</i></p>
Апозіопезис	<p>MARTIN: <i>Fine. Fine! We'll go to Boston, but only if ...</i></p> <p>CAROLYN: <i>Yes?</i></p> <p>MARTIN: <i>... Douglas talks to Shanwick.</i></p> <p>CAROLYN: <i>Douglas?</i></p> <p>DOUGLAS: <i>My pleasure (Radio on).</i></p>	<p>МАРТИН: <i>Добре! Ми полетимо у Бостон, але тільки якщо...</i></p> <p>КАРОЛІН: <i>Так?</i></p> <p>МАРТИН: <i>... Дуглас скаже Шанвіку.</i></p> <p>КАРОЛІН: <i>Дуглас?</i></p> <p>ДУГЛАС: <i>Із задоволенням. (Вмикає радіо.)</i></p>
Риторичне питання	<p>CAROLYN: <i>Oh, for goodness' sake. Why don't people just blindly obey any more? He needs your hat because I want the captain to go down there and strike terror into his heart.</i></p>	<p>КАРОЛІН: <i>О боже мій. Чому люди більше просто не слухаються? Йому потрібен твій капелюх, бо я хочу, щоб</i></p>

		капітан пішов туди і вразив жахом його серце.
Вставні елементи	<p><i>CAROLYN: Who reminded you?</i></p> <p><i>DOUGLAS: Captain Crieff, or – as I am privileged to call him – Sir.</i></p> <p><i>CAROLYN: Martin, you are many things but, believe me, you are not ‘Sir’.</i></p>	<p><i>КАРОЛІН: Хто тобі це нагадав? ДУГЛАС: Капітан Кріф, або - як мені видається честь його називати - Сер.</i></p> <p><i>КАРОЛІН: Мартіне, ти багато хто, але, повір мені, ти не Сер.</i></p>
Асиндетон	<p><i>MARTIN: I see. So if an engine catches fire on take-off, shrug shoulders, keep upper lip stiff, press on for Portugal. Got it.</i></p>	<p><i>Мартін: Зрозуміло. Значить, якщо двигун загориться під час зльоту, знизити плечима, стиснути зуби і летіти до Португалії. Зрозумів.</i></p>
Стилістична фонетика		
Емфатичний наголос (курсив)	<p><i>MR. LEEMAN: Right. So you weren't on the point of aborting anything, now were you? MARTIN: Sir, as the commander of this vessel, I must demand ...</i></p>	<p><i>Містер ЛІМАН: Саме так. Значить, нічого ти не збирався розвертати, правда? МАРТІН: Сер, як командир цього судна, я вимагаю...</i></p>
Великі літери	<p><i>SECURITY GUARD: Please come with me ... (Martin cries out in pain). SECURITY GUARD: ... sir! CAROLYN: YOU IDIOT, Martin! YOU COLOSSAL IDIOT!</i></p>	<p><i>ОХОРОНЕЦЬ: Будь ласка, пройдіть за мною (Мартін скрикує від болю). ОХОРОНЕЦЬ: ... сер! КАРОЛІН: Ти ідіот,</i></p>

		<i>Мартіне!! Ти неймовірний ідіот!!</i>
Повтор літер	<i>ARTHUR: But, Skipper, it's really cold as high up as this. MARTIN: Yes, thank you, Professor Science. ARTHUR: S-so we should turn the heating on.</i>	<i>АРТУР: Але, Скіпере, на такій висоті дуже холодно. МАРТИН: Так, дякую, професор Наука. АРТУР: Н-ну, тоді ми маємо включити обігрівач?</i>
Ономатопея	<i>CAROLYN (interrupting): Answer the door! ARTHUR: Okay, I'm going, I'm going! (Bathroom door closes. The dog yaps again.) CAROLYN (soppy high-pitched voice): There we are, Snoopadoop! Who's a lovely clean girl?! (She laughs affectionately.) Go free! (Panting, the dog runs off with a rattling of claws on the linoleum).</i>	<i>КАРОЛІН (перебиваючи): Відкрий двері! АРТУР: Окей, йду, йду! (Двері у ванну зачиняються. Собака знову гавкає). КАРОЛІН (зворушливо): Ось так, Снупадуп! Хто хороша чиста дівчинка? (Вона тепло сміється.) Біжи! (Тяжко дихаючи, собака біжить, стукаючи кігтями по лінолеуму).</i>
Інтоніаційна емітація	<i>MR. LEEMAN: Well, that sure gives me confidence. So, uh ... (he takes another drag on his cigarette) ... we're all done here, right? ARTHUR: Yep! MR. LEEMAN: And I can smoke. ARTHUR: Er ...</i>	<i>Містер Лиман: Що ж, це додає мені надії. Так що, еє... (він ще раз затягує цигарку)... ми тут закінчили, так? АРТУР: Так! МІСТЕР ЛІМАН: І я можу курити. АРТУР: Еє...</i>

<p>Епіфора</p>	<p>ARTHUR: <i>Er, may I inform yourself that MJN does run a fully comprehensive non-smoking service, and as such as a result of this, all cigarettes, cigars and cigarellos must be extinguished upon embarkation, and retained in a state of extinguishment until termination of disembarkation. Thank yourself for your co-operation.</i></p>	<p>АРТУР: <i>Еее, я б хотів вас сповістити, що MJN надає сервіс із заборonoю паління, і, як наслідок цього, всі сигарети, сигари та сигарели повинні бути загашені по заходу в літак і залишатися в загашеному стані до закінчення виходу з літака. Подякуйте собі за співпрацю.</i></p>
----------------	---	--

Відсотковий показник способів перекладу стилістичних засобів творення комічного в англomовному радіошоу «Cabin pressure»

