

*кандидат філологічних наук,  
доцент  
кафедри англійської філології  
і перекладу  
Національного авіаційного  
університету*

## ДИСКУРСИВНІ ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ КОМІЧНОГО У КІНОКОМЕДІЯХ «ДІМ ВЕЛИКОЇ МАТУСІ» І «ДОКТОР ДУЛІТЛ»

Категорія «комічне» здавна привертала увагу дослідників, що працюють у різних наукових областях, таких як філософія, етика, естетика, психологія, соціологія, лінгвістика, культурологія, міжкультурна комунікація і т.д. [4, с. 12]. Починаючи з І. Канта, теорія комічного отримала серйозну філософську розробку, зокрема, він писав: «Музика і привід до сміху являють собою два види гри з естетичними ідеями або ж з уявленнями розуму, за допомогою яких, зрештою, нічого не мислиться і які можуть, завдяки одній лише своїй зміні <...> жваво приносити задоволення» [3, с. 351]. Зараз комічне розуміється як специфічна естетична категорія осмислення світу, яка реалізується за допомогою форм і засобів, здатних викликати сміхову реакцію або посмішку несподіваним поглядом на звичні уявлення та явища [6, с. 7].

Взагалі, можна виділити три домінуючі підходи до вивчення категорії комічного. Перший підхід – теорія переваги – полягає у тому, що через гумор ми виявляємо свою перевагу над іншими людьми або речами, а сміх – це реакція нашого організму на усвідомлення такої переваги [11, с. 76]. Другий підхід – теорія розрядки – визначає наступні психічні та психологічні функції комічного: розумова розрядка, відпочинок, зняття напруги. Третій – теорія невідповідності – полягає у вивченні гумору, тобто, того, що робить об'єкт смішним [15, с. 27–28]. Ті суспільні явища, які втрачають свою доцільність, необхідність, але претендують на історичне буття, вагомість, вартісність, прагнуть видати себе не тим, чим вони є насправді, – саме ті явища стають об'єктом комічного висміювання [8, с. 164]. Отже, в основі створення комічного у всіх представлених формах лежить не тільки суперечність, яка виражається у протиставленні певної соціальної, моральної, етичної, загальноприйнятої норми і якомусь прояві контрасту, а також і оцінка.

У цій роботі, вслід за Т.В. Лазером, комічне визначаємо як естетичне явище, що здатне викликати імпліцитну чи експліцитну сміхову реакцію [7, с. 33]. Комічне може розглядатися як особливий спосіб передачі інформації, який передбачає комунікацію, у процесі якої і виникає комічний ефект [5, с. 65]. Комічний ефект досягається при наявності адресанта – суб'єкта комічного, об'єкта комічного – того, над ким сміються, і адресата – того, на кого розраховано створення комічного ефекту. У даному процесі може брати участь і спостерігач – свідок створення комічного.

Адресант, тобто сукупність його індивідуально-особистісних і соціальних рис, а також його відкриті наміри і приховані інтенції присутні у тексті безпосередньо; а адресат – опосередковано, оскільки будь-який відправник тексту орієнтується на одержувача і на рівень його фонових знань.

Основна інтенція адресанта у комічній комунікації полягає у бажанні пожартувати, викликати сміх в одержувача тексту, здійснити на нього емоційно-естетичний/ інтелектуально-критичний вплив. Емоційно-естетичний вплив виражається у бажанні адресанта викликати в одержувача тексту сміх або задоволення від комічної інформації. Інтелектуально-критичний вплив відбувається при негативній оцінці адресантом тих чи інших властивостей предмета повідомлення або особистості одержувача тексту [2, с. 82].

Основними засобами створення комічного є різновиди мовної гри, побудованої на невідповідностях на всіх мовних рівнях:

- 1) на фонетичному – гра звуками (омоніми, омофони, омографи), шібболет, звукова метатеза [16];
- 2) на морфологічному – виділення слова в іншому слові, малапропізм;
- 3) на лексичному – каламбури, бленди, малапропізми, оксюморон, зевгми [16];
- 4) на синтаксичному – повторення;
- 5) на стилістичному – алегорія, алюзія, антитеза, алогічність, зведення до абсурду, перебільшення (гротеск, гіпербола, карикатура, пародія, травестія, фантастика, шарж), применшення (літота), градація, змішання стилів або ж невідповідність мовного стилю ситуації, іронія, метафора, неправильне порівняння з тим, що не має жодних спільних ознак, несумісність понять в одному ряді, нісенітниця, оксюморон, парадокс, паралелізм, передражнювання, приголомшливі епітети [10];
- 6) на текстово-жанровому і дискурсивному – порушення на рівні композиційної структури, введення інтертекстуальних елементів, збій часових планів, змішання стилів.

Всі засоби творення комічного у тексті знаходяться у тісній взаємодії, підсилюючи комічний ефект один одного завдяки конвергенції та феномену іррадіації. У цілому, у комічному тексті спостерігається переважання імпліцитних зв'язків у порівнянні з текстами конвенційного змісту, що є запорукою їх естетичного (комічного) впливу [16].

До функцій комічного відносяться:

- 1) сміхова критика дійсності на основі зіставлення з естетичними ідеалами;
- 2) гармонізація дійсності, примирення суперечностей;

3) зняття психічних, емоційних, інтелектуальних, моральних напружень в естетичному катарсисі [1, с. 84].

Як відомо, саме у рамках дискурсивного рівня тексту акумулюється смисл тексту і контекст одночасно. Тож далі пропонуємо здійснити аналіз мовного рівня комічного тексту як продукту мовленнєвої діяльності і водночас дослідити його у дискурсі, у дієвому просторі з урахуванням зовнішніх і внутрішніх факторів розгортання текстової комунікації.

На дискурсивному рівні комічне у кінокомедіях «Дім Великої матусі» і «Доктор Дулітл» створюється у 46,2% проаналізованих випадків (100 фрагментів) та вербалізується шляхом використання таких прийомів, як уведення інтертекстових елементів та використання парапроксодіану.

Інтертекстуальність розуміється як рекурсивний зв'язок із певними текстами (з тими, що вже створені), занурення тексту до континууму інших текстів, а також прокурсивний зв'язок як зв'язок з тим, що ще буде створено, прогностичний вплив певного тексту на дальший розвиток текстами, жанру, семіосфери, до якої належить текст [10, с. 210].

Шляхом інтертекстуальності комічний ефект створюється у 19,2% проаналізованих випадків. Інтертекст спостерігається у випадках, якщо жарт засновано на певних прецедентних іменах або прецедентних текстах – тобто, коли у тексті використовується щось знайоме глядачеві з інших джерел. Інтертекстуальні вкраплення в американських кінокомедіях часто містять відсилки до інших творів кіномистецтва.

Зокрема, коли у фільмі «Дім Великої матусі» Малколм приходиться рятувати свого напарника Джона, він питає, чи з ним усе гаразд, на що той дає іронічну відповідь. Діалог має наступний вигляд:

*Uh... A little help down here, please?*

*No doubt. Are you all right?*

*I'm just takin' a bath with Old Yeller down here* [13, 00:02:36–00:02:41].

У цьому випадку Джон іронічно зазначає, що його облизує собака, порівнюючи її з собакою із Діснеєвського фільму «Старий Брехун» («Old Yeller») за зовнішніми ознаками. Це – собака породи мастадор (суміш мастіфа і лабрадора). Таким чином, Джон жартує, що він не боїться собаку, а чудово проводить з ним час.

Ще одним прикладом застосування інтертексту є наступний фрагмент:

*Sherry's got a long-lost grandmother in Cartersville, Georgia. And who knows, Malcolm? Maybe you'll find an Armani outlet... by the Piggly Wiggly* [13, 00:06:03–00:06:13].

У цьому випадку начальник Джона і Малколма говорять про те, що агенти повинні поїхати у місто дитинства головної героїні Шеррі та слідкувати, чи вона приїде туди відвідати Велику матусю. Однак як агенти, так і їх начальник, практично впевнені у тому, що дівчина не приїде туди, і тому начальник жартує *And who knows, Malcolm? Maybe you'll find an Armani outlet... by the Piggly Wiggly*. У наведеному фрагменті використовується одразу два інтертекстових елементи у протиставлення – *Armani outlet* як позначення комплекту одягу від одного із найбільш відомих у світі виробників, а *Piggly Wiggly* – це назва американської мережі супермаркетів, що працює у південних і середньозахідних штатах США, тобто, брендовий одяг протиставляється товарам широкого вжитку, що представлені у супермаркетах, і тому жарт на основі інтертексту можна вважати реплікою про те, що агенти мають шанс знайти дещо екстраординарне навіть у невеликому містечку.

Виголошуючи промову у церкві, Малколм в образі Великої матусі спочатку не знає, про що говорити. Як агент ФБР, тобто, співробітник правоохоронних органів, Малколм за традицією насамперед починає говорити про наркотики, однак згадує, що він грає роль жінки похилого віку, і тому намагається змінити тему:

*Big Momma don't know nothin' about no drugs! Unless y'all talkin' about Harry Belafonte. Who! Lord knows I was addicted to that man for about ten years!* [13, 01:10:29–01:10:39]

Жарт полягає у тому, що з наркотиками порівнюється творчість відомого співака Гаррі Белафонте (*Harry Belafonte*), короля музики каліпсо. У 1956 році його альбом «Calypso» протягом тридцяти одного тижня утримував перший рядок у Billboard 200 і першим в історії розійшовся тиражем понад мільйон примірників, тому очевидно, що багато його сучасників були його палкими прихильниками, серед яких і Велика матуся. Додавання речення *Lord knows I was addicted to that man for about ten years!* підтверджує цю думку, вказуючи на те, що його музика викликала справжню «залежність» у фанатів.

У фільмі «Доктор Дулітл» інтертекстуальність використовується розмовляючими пацюками, коли вони бачать, як Джон Дулітл заводить до лікарні тигра, щоб зробити йому повний огляд:

*Look who's here. Well, if it isn't Siegfried and Roy!* [14, 01:05:58–01:06:01]

*Siegfried and Roy* – це відсилка до відомого телешоу, зірками якого виступали дресувальники Зігфрід Фішбахер і Рой Горн, які тренували левів та білих тигрів та включали їх у свої шоу. Шоу з тваринами стало настільки успішним, що вони отримали запрошення виступити у Лас-Вегасі. У 1990 році Зігфрід і Рой були удостоєні зірки на Голлівудській алеї слави. Жарт, заснований на відсилці до цього шоу, показує зневажливе ставлення пацюків до Дулітла та тигра, коли вони вважають останніх лише дресувальником і дресованою тваринкою. Варто при цьому зазначити, що пацюки використовують імена обох дресувальників, хоча Джон Дулітл веде тигра один, і не використовують імені тварини.

Інтертекст у кінокомедіях також може містити відсилання до культурних особливостей сучасної для персонажів Америки, наприклад, до індустрії розваг, як у наступному фрагменті:

*Stupid cat. Ruined the party.*

*Shut up.*

*What do you mean, shut up? I was gonna do karaoke!* [14, 01:10:50–01:10:55].

У цьому випадку морська свинка, яка насолоджувалася перебуванням на бенкеті та нарешті спромоглася дістатися святкового стола, скаржитися на тигра, через якого бенкет передчасно закінчився – перелякані гості або втекли, або пішли дивитися, як Джон Дулітл робить тигрові операцію на мозку. Невдоволена морська свинка говорить, що бенкет був настільки гарний, що вона вже хотіла йти співати у караоке (*I was gonna do karaoke!*), що було традиційною розвагою для американських вечірок того часу. Таким чином, урочистий бенкет на честь злиття компаній порівнюється із неформальною вечіркою кращих друзів, що і створює комічний ефект у фільмі.

Найчастіше ж комічне у кінокомедіях «Дім Великої матері» і «Доктор Дулітл» вербалізується шляхом застосування такої стилістичної фігури, як парাপросдокіан (26,9%), що розуміється як фігура мовлення, в якій остання частина речення, фрази чи більшого відрізка дискурсу є дивною або несподіваною, змушуючи читача або слухача переосмислити, по-новому зрозуміти його першу частину [12].

Парাপросдокіан використовується, зокрема, у наступному випадку. Коли у фільмі «Дім Великої матері» жінки-сусідки приходять до Джона познайомитися і похачувати домашньою випічкою, одна з жінок починає привітну промову, однак справжня Велика матуся, в якій на той момент були проблеми зі шлунком, і вона хотіла піти додому до вбиральні, перебила її:

*Welcome to Maple Drive. We hope you will come to love...*

***Oh, shut up and give the man your dry old Bundt cake so I can go home*** [13, 00:08:12–00:08:19].

У цьому випадку, традиційна промова привітності порушується грубими словами, що не є типовим для літньої жінки, і вирішення створеного таким чином когнітивного дисонансу між очікуваним та тим, що відбувається насправді, є причиною сміхової реакції у глядача.

Розглянемо ще один приклад, коли до Малколма в образі Великої матері прийшли жінки для того, щоб забрати її до будинку, де вона прийме пологи, оскільки Велика матуся у своєму районі є досвідченою повитухою:

*Big Momma, it's time.*

*Time for what?*

*Ritha's gonna have her baby.*

***Oh! Oh. That's great. Thank you for stoppin' by. Be sure to send me an invitation to the baby shower*** [13, 00:31:00–00:31:10].

У цьому випадку парাপросдокіан базується на повному непорозумінні між персонажами. У той час, як жінки думають, що Велика матуся знає, для чого вони прийшли, і готова прийняти пологи, Велика матуся, роль якої виконує Малколм, цього не знає. До того ж, Малколм не має жодного розуміння про те, як приймати пологи, тому намагається віджартуватися він цієї ролі, сказавши *Be sure to send me an invitation to the baby shower*, тобто, говорить, щоб його запросили на вечірку на честь дитини (бейбі шауер, англ. *baby shower*, дослівно – «дитячий дощ» – звичай влаштовувати вечірку для майбутньої матері і святкувати народження майбутньої дитини; у сучасному вигляді «бейбі шауер» почав практикуватися у США після Другої світової війни, а під впливом американської культури поступово набрав і продовжує набирати популярність у ряді європейських країн).

Ще одна ситуація використання парাপросдокіана спостерігається у фрагменті, коли у церкві священник хоче щось змінити у процесі служіння, тому, як він розповідає, одного разу він вирішив дати слово одному із парафіян, і цією прихожанкою виявляється саме Велика матуся. Священик хоче розповісти парафіянам про те, що, коли він вирішив зателефонувати комусь, він набрав номер Великої матері і почув її «янгольський голос», на що отримує незвичайну відповідь:

*I heard a sweet, angelic voice say...*

***Boy, you better get that thing outta my face. Move, Rev! Go now!*** [13, 01:09:15–01:09:20]

У цьому фрагменті, Велика матуся повинна була радісно відповісти, натомість вона здивована і просить прибрати мікрофон, наче їй до обличчя приставили щось огидне: *Boy, you better get that thing outta my face.*

Парাপросдокіан використовується як засіб створення комічного також у фільмі «Доктор Дулітл», наприклад, коли з Джоном Дулітлом уперше у дорослому житті почали говорити тварини, і він вважає, що починає втрачати розум. Тому він посеред ночі телефонує другові-лікареві, намагаючись потрапити до нього на прийом:

***Is it really? Wow! I didn't realise it was that late. I'm sorry. I'm on my way into town. I wondered if you wanted to get together for a drink or a CAT scan or somethin'*** [14, 00:20:56–00:21:06].

Непорозуміння у цьому випадку полягає у тому, що, телефонуючи другові, Джон Дулітл намагається знайти привід прийти до нього, як зазвичай напрошуються на випивку (*I wondered if you wanted to get together for a drink*), однак через хвилювання видає свої справжні цілі (*a CAT scan*), чим надзвичайно дивує свого друга.

Таким чином, на дискурсивному рівні комічне у фільмах «Дім Великої матері» і «Доктор Дулітл» вербалізується шляхом використання інтертекстуальності (19,2%) та парাপросдокіану (26,9%). Як і у випадках використання лексико-стилістичних засобів, при відтворенні інтертексту необхідно хоча б частково передати форму вислову, у той час, як відтворення парাপросдокіану здебільшого вимагає відтворення семантичної сторони висловлювання, оскільки це – прийом логічного характеру, і його форма не має особливого значення для створення комічного ефекту.

Дослідження відкриває широкі перспективи для подальшого вивчення засобів створення комічного ефекту у німому кіно, у фільмах некомедійного жанру, а також вивчення культурної ідентичності англійської мови кіно, що є нерідною для акторів.

**Література:**

1. Боров Ю. Б. Эстетика: в 2х т. Смоленск: Русич, 1997. Т. 1. 511 с.
2. Голосова Н. В. Прагмалингвистические основания комического. Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 6 (60): в 3-х ч. Ч. 3. С. 81–83.
3. Кант И. Критика способности суждения / Сочинения: В 6 т. Т. 5 / под. общ. ред. А.В. Гулыги. М.: ЧОРО, 1994. 630 с.
4. Косинова Л.В. Китайский комический дискурс (на примере жанров «сяншэн», «куайбань», «анекдот»): дисс. ... канд. филолог. наук: спец. 10.02.19 «Теория языка». Волгоград, 2014. 198 с.
5. Кулинич М.А. Лингвокультурология юмора. Самара: Изд-во СамГТТУ, 1999. 180 с.
6. Кумпан С.М. Новелістика Івліна Во: поетика комічного: автореф. дис. ... канд. філолог. наук: спец. 10.01.04 «Література зарубіжних країн». Миколаїв, 2015. 20 с.
7. Лазер Т.В. Вербалізація комічного у великій прозі Луїджі Піранделло: дис. ... канд. філолог. наук: спец. 10.02.05 «Романські мови». К., 2016. 206 с.
8. Островська А. Комічне як естетична категорія. Донецький вісник Наукового товариства ім. Шевченка. Т. 17. Донецьк: Східний видавничий дім, 2007. С. 164–176.
9. Плетенецька Ю.М. Відтворення метафоричних словосполучень у дубльованих перекладах американських художніх фільмів. URL: [https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/19882/1/8\\_Pletenetska.doc.doc](https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/19882/1/8_Pletenetska.doc.doc)
10. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава: Довкілля-К, 2010. 844 с.
11. Чорновол-Ткаченко О.О. Еволюція та класифікація підходів до вивчення гумору у політичному дискурсі. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. 2010. № 928. С. 75–79.
12. Ament E. A Glossary of Rhetorical Terms with Examples. Lexington: University of Kentucky, Wayne State University, 2004. URL: <https://mcl.as.uky.edu/glossary-rhetorical-terms>.
13. Big Momma's House / dir. by R. Gosnell. Regency Enterprises, Runteldat Entertainment, Friendly Productions and Taurus Films, 2000. 98 min.
14. Doctor Dolittle / dir. by B. Thomas. Davis Entertainment, Friendly Films, 1998. 85 min.
15. Krikmann A. Contemporary Linguistic Theories of Humour. Folklore. 2006. № 33. P. 27–57.
16. Velae T. Metaphor and Metonymy: The Cognitive Trump-Cards of Linguistic Humour. URL: <http://afflatus.ucd.ie/Papers/iclc2003.pdf>.

**Анотація**

**Ю. ПЛЕТЕНЕЦЬКА. ДИСКУРСИВНІ ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ КОМІЧНОГО В КІНОКОМЕДІЯХ «ДІМ ВЕЛИКОЇ МАТУСЬ» І «ДОКТОР ДУЛІТЛ»**

У статті досліджується категорія комічного як естетична категорія осмислення світу. Розглядаються підходи до вивчення категорії комічного, засоби створення комічного на всіх мовних рівнях та його функції. Докладно аналізуються дискурсивні засоби створення комічного на прикладі двох американських кінокомедій та їх дубльованих українських перекладів.

**Ключові слова:** категорія комічного, переклад, інтертекстуальність, парпросдокіан.

**Аннотация**

**Ю. ПЛЕТЕНЕЦКАЯ. ДИСКУРСИВНЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ КОМИЧЕСКОГО В КИНОКОМЕДИЯХ «ДОМ БОЛЬШОЙ МАМОЧКИ» И «ДОКТОР ДУЛИТЛ»**

В статье исследуется категория комического как эстетическая категория осмысления мира. Рассматриваются подходы к изучению категории комического, средства создания комического на всех языковых уровнях и его функции. Детально анализируются дискурсивные средства создания комического на примере двух американских кинокомедий и их дублированных украинских переводов.

**Ключевые слова:** категория комического, перевод, интертекстуальность, парпросдокиан.

**Summary**

**YU. PLETENETSKAYA. DISCOURSE MEANS OF COMIC FORMATION IN COMEDY FILMS “BIG MOMMA’S HOUSE” AND “DOCTOR DOLITTLE”**

The article studies the category of comic as an aesthetic category of world understanding. The approaches to studying the category of comic, means of its formation at all linguistic levels as well as its functions are considered. Discourse means of comic formation are analysed in detail based on two American comedy films and their dubbed Ukrainian translations.

**Key words:** comic category, translation, intertextuality, parprosdoikian.