

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра теорії і практики перекладу з англійської мови

Кваліфікаційна робота магістра з перекладознавства

**на тему: «Мовні засоби портретування сучасного соціуму у перекладі
англомовних телешоу»**

Студентки групи Па 58-22
факультету германської
філології і перекладу
освітньої програми
Перекладознавство:
професійно-орієнтований
переклад (англійська мова і
друга іноземна мова) за
спеціальністю 035 Філологія
Городничої Вікторії Володимирівни

Допущена до захисту
« ____ » _____ 2023 року

Завідувач кафедри теорії і практики
перекладу з англійської мови

_____ доц. Мелько Х.Б.
(підпис) (ПІБ)

Науковий керівник:
кандидат філологічних наук,
доцент Козяревич-Зозуля Л.В.

Національна шкала
Кількість балів:
Оцінка: ЄКТС

Київ – 2023

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

KYIV NATIONAL LINGUISTIC UNIVERSITY

Department of Theory and Practice of Translation from English

Master Degree Thesis in Translation Studies

under the title: “Linguistic means of portraying modern society in the translation of English TV shows”

Group Pa 58-22
School German Philology and
Translation
Educational Programme
Translation studies:
professionally oriented
translation (English and Second
Foreign Language)
Majoring 035 Philology
Viktorii V. Gorodnycha

Research supervisor:
L.V. Koziarevych-Zozulia
Candidate of Philological
Sciences,
Associate Professor

Київський національний лінгвістичний університет
Кафедра теорії і практики перекладу з англійської мови

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу магістра з перекладознавства

студентки II курсу групи Па 58-22 факультету германської філології і перекладу КНЛУ
Городничої Вікторії Володимирівни
спеціальності 035 Філологія, спеціалізації 035.041 Германські мови і літератури (переклад
включно), перша – англійська, **освітньо-професійної програми** Перекладознавство:
професійно-орієнтований переклад (англійська мова і друга іноземна мова)

Тема роботи «Мовні засоби портретування сучасного соціуму у перекладі англійськомовних телешоу»

Науковий керівник кандидат філологічних наук, доцент Козяревич-Зозуля Ліана Василівна

Дата видачі завдання _____ жовтня 2022 року _____

Графік виконання кваліфікаційної роботи магістра з перекладознавства

№ п/п	Найменування частин і план кваліфікаційної роботи	Графік виконання	Підписи студента і керівника
1.	Аналіз наукових першоджерел і складання бібліографії	Жовтень 2022 р.	
2.	Написання теоретичної частини кваліфікаційної роботи (розділ 1)	Листопад 2022 р.	
3.	Добір мовного матеріалу тексту і складання Додатку (100 англійськомовних речень та їх переклад)	Грудень 2022р.	
4.	Аналіз мовного матеріалу тексту, який досліджується, і написання аналітичної частини кваліфікаційної роботи (розділ 2)	Березень 2023 р.	
5.	Проведення перекладацького аналізу досліджуваного мовного явища і написання практичної частини кваліфікаційної роботи (розділ 3)	Травень 2023р.	
6.	Написання вступу і висновків дослідження, подання завершеної кваліфікаційної роботи науковому керівнику для попереднього перегляду	Вересень 2023 р.	
7.	Попередній захист кваліфікаційної роботи і подання завершеної кваліфікаційної роботи на кафедру	09 жовтня 2023 р.	
8.	Оформлення документації (відгуки) і підготовка презентації до захисту кваліфікаційної роботи	Жовтень 2023 р.	
9.	Захист кваліфікаційної роботи магістра з перекладознавства	Грудень 2023 р.	

Науковий керівник _____ (підпис)

Студент _____ (підпис)

**ВІДГУК НАУКОВОГО КЕРІВНИКА
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА З ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА**

студентки II курсу групи Па 58-22 факультету германської філології і перекладу спеціальності 035 Філологія, спеціалізації 035.041 Германські мови і літератури (переклад включно), перша – англійська, освітньо-професійної програми Перекладознавство: професійно-орієнтований переклад (англійська мова і друга іноземна мова)

Городничої Вікторії Володимирівни

за темою «Мовні засоби портретування сучасного соціуму у перекладі англомовних телешоу»

Відповідність кваліфікаційної роботи нормативним вимогам (необхідне позначити √ або +)		
1.	Наявність основних структурних компонентів	<input type="checkbox"/> усі компоненти присутні , <input type="checkbox"/> один компонент відсутній <input type="checkbox"/> декілька компонентів відсутні
2.	Відповідність оформлення, посилань і списку використаних джерел нормативним вимогам	<input type="checkbox"/> повна відповідність <input type="checkbox"/> незначні помилки в оформленні <input type="checkbox"/> оформлення неправильне
3.	Відповідність побудови вступу нормативним вимогам	<input type="checkbox"/> повна відповідність <input type="checkbox"/> відповідність неповна <input type="checkbox"/> не відповідає вимогам
4.	Відповідність огляду наукової літератури нормативним вимогам	<input type="checkbox"/> повна відповідність <input type="checkbox"/> відповідність неповна <input type="checkbox"/> не відповідає вимогам
5.	Відповідність аналітичної частини дослідження заявленій меті та завданням	<input type="checkbox"/> повна відповідність <input type="checkbox"/> відповідність неповна <input type="checkbox"/> не відповідає вимогам
6.	Відповідність практичної частини дослідження нормативним вимогам	<input type="checkbox"/> повна відповідність <input type="checkbox"/> відповідність неповна <input type="checkbox"/> не відповідає вимогам
7.	Відповідність висновків результатам теоретичної та практичної складових дослідження	<input type="checkbox"/> повна відповідність <input type="checkbox"/> відповідність неповна <input type="checkbox"/> не відповідає вимогам

Особиста думка керівника _____

Кваліфікаційна робота Городничої Вікторії Володимирівни може бути (не може бути)

рекомендована до захисту

_____ (_____)
(підпис керівника) (ПІБ керівника)

“ ____ ” _____ 2023 рік

ЗМІСТ

ВСТУП	1
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІУМУ КРІЗЬ ПРИЗМУ ЛІНГВІСТИКИ ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА	4
1.1 Наукові знання про соціум у соціолінгвістиці та перекладознавстві ...	4
1.2 Феномен портретування: соціолінгвістичні характеристики	9
1.3 Дискурсивні особливості англомовних телешоу	14
Висновки до розділу 1	23
РОЗДІЛ 2	
МОВНІ ЗАСОБИ ПОРТРЕТУВАННЯ УЧАСНИКІВ АНГЛОМОВНИХ ТЕЛЕШОУ ТА ЗАКОНОМІРНОСТІ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ	24
2.1 Фонетико-стилістичні засоби мовного портретування учасників англомовних телешоу	24
2.2 Лексико-семантичні засоби мовного портретування учасників англомовних телешоу	31
2.3 Морфолого-синтаксичні засоби мовного портретування учасників англомовних телешоу	36
Висновки до розділу 2.....	41
РОЗДІЛ 3	
ПЕРЕКЛАД АНГЛОМОВНИХ ТЕЛЕШОУ: АДАПТАЦІЯ ДО УКРАЇНСЬКОЇ АУДИТОРІЇ	43
3.1 Структурно-граматичні особливості відтворення засобів мовного портретування сучасного соціуму у перекладі англомовних телешоу	43

3.2 Лексико-семантичні стратегії відтворення засобів мовного портретування сучасного соціуму у перекладі англомовних телешоу	48
3.3 Прагматичний рівень адаптації англомовних стендап-шоу до сприйняття української аудиторії	59
Висновки до розділу 3.....	64
ВИСНОВКИ	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	
СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ	
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....	74
ДОДАТКИ	75
Додаток А. Фрагменти англомовних стендап-виступів та їх відтворення в українському перекладі.....	75
Додаток Б. Використання перекладацьких трансформацій при перекладі англомовних стендап-виступів.....	91
Додаток В. Прагматична адаптація вульгаризмів при перекладі англомовних телешоу.....	92
SUMMARY.....	95

ВСТУП

Актуальність теми. Дослідження соціуму є важливим аспектом сьогодення: він постійно розвивається і змінюється відповідно до свого навколишнього оточення. Дослідженням відмінності існування мови у певному соціумі почала займатися така наука як соціолінгвістика у другій половині ХХ століття. Не зважаючи на те, що ця наука виникла відносно недавно, питання соціолінгвістичного портрета розкрито досить широко (Демченко В.М., Загнітко А.П., Масенко Л.Т., Попович Ю.О.).

Варто зазначити, що вагомий внесок у дослідження питання соціуму внесла психологія, яка досліджує особистість та її поведінку, що безпосередньо впливає на стиль спілкування кожної особи і надає краще розуміння певного виду соціуму, надаючи можливість ідентифікувати мовний портрет кожної особи у досліджуваному соціумі (Загнітко А.П., Засєкіна Л.В., Коткова Л.І., Слободян О.В., Шевчук З.С.).

Однак, з точки зору перекладознавства, проблематика правильного та адекватного портретування соціальних питань в англомовних телешоу, зокрема у стендапах, не досліджена.

При перекладі англомовних стендап-виступів на українську мову перед перекладачами часто постає питання правильної передачі мовних засобів україномовній аудиторії, враховуючи відмінність соціумів, культур, а також мовлення.

Метою роботи є виявлення та окреслення найуживаніших мовних засобів портретування сучасного соціуму при перекладі англомовних стендапів на українську мову.

Досягнення сформульованої мети вимагає розв'язання таких **завдань**:

- розглянути поняття соціуму та портретування у сучасній лінгвістиці;
- виділити основні групи засобів портретування учасників англомовних стендапів;
- визначити перекладацькі труднощі, які виникають при перекладі англомовних стендапів;

- запропонувати шляхи вирішення проблематики адаптації англомовних стендапів до української аудиторії.

Об'єктом дослідження є мовні засоби портретування сучасного соціуму, що використовуються у стендап-виступах.

Предметом дослідження є засоби мовного портретування, взяті з оригінальних англомовних стендап-виступів.

Методи дослідження. Для досягнення мети були застосовані такі методи:

- загальнонаукові методи (узагальнення, порівняння, конкретизація);
- перекладознавчий аналіз (для виявлення перекладацьких труднощів і способів їх подолання).

З метою встановлення частотних показників використання певних перекладацьких стратегій при перекладі досліджуваних виступів використано метод кількісного аналізу отриманих даних.

Наукова новизна полягає у комплексному дослідженні проблематики відтворення мовних засобів з англійської на українську мову на прикладі англомовних стендапів. Уперше до аналізу в такому аспекті залучаються тексти виступів стендап-коміків Деніела Слосса та Габріеля Іглесіаса.

Практичне значення передбачає подальше використання цього дослідження при перекладі англомовних комедійних шоу та стендапів. Отримані в роботі результати є певним внеском до спеціальної теорії перекладу і практики перекладу, дидактики перекладу.

У результаті вивчення предмета дослідження одержано результати, які можна використовувати у викладанні практичного курсу перекладу у вищій школі (розділи «Порівняльна стилістика англійської та української мов», «Перекладацький аналіз тексту», «Переклад у міжкультурній комунікації», «Сучасні варіанти та реєстри англійської мови», «Англійська мова в міжкультурній комунікації»).

Апробація результатів дослідження здійснювалась на Міжнародній науково-практичній відеоконференції «AD ORBEM PER LINGUAS. ДО СВІТУ

ЧЕРЕЗ МОВИ», яка відбулася 18-19 травня 2023 року, на базі Київського національного лінгвістичного університету.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел (88 джерел, у тому числі 45 – іноземною мовою), додатків та анотації англійською мовою. Загальний обсяг роботи – 102 сторінки. Основний зміст викладено на 71 сторінці. Роботу проілюстровано 3 діаграмами та 2 таблицями.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІУМУ КРИЗЬ ПРИЗМУ ЛІНГВІСТИКИ ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА

1.1. Наукові знання про соціум в соціолінгвістиці та перекладознавстві

Сучасна соціолінгвістика розуміється як наука, котра вивчає взаємини між мовою і суспільством, розглядає особливості мовлення різних соціальних і вікових груп, а також ситуації вибору мовцем того чи іншого варіанту мовлення. Американський соціолог та лінгвіст Джошуа Фішман визначає соціолінгвістику як «дисципліну, що вивчає особливості різноманітності мови, її функцій та мовців, оскільки у своїй мовленнєвій спільноті ці троє постійно взаємодіють, змінюються та змінюють один одного» [44: 233]. Сара Рамос Пінто запропонувала досить просте визначення орієнтованості соціолінгвістики, зазначивши, що ця наука фокусується на тому «ким, кому, за чиєї присутності, коли та де, в якій манері та за яких соціальних обставин» було використано ту чи іншу мову [70: 1].

Мова є найважливішою характеристикою соціального статусу людини. В останні два десятиліття в соціолінгвістиці визначилося нове поле досліджень – сприйняття конструкції мови як чинника індивідуальної та колективної, соціальної та психологічної відмінності. У зв'язку з цим, соціолінгвістика широко використовує матеріали суміжних наук – етнопсихології, психолінгвістики, соціології, філософії.

До числа провідних соціолінгвістичних категорій відносять соціальний статус. Зазначена категорія передусім співвідноситься з мікросоціолінгвістикою, яка досліджує особливості спілкування людей у певних групах [1: 166]. Утім, розглядом соціального статусу займаються також і представники макросоціолінгвістики, яка переважно сфокусована на вивченні великомасштабного мовного функціонування у взаємодії із певними соціальними умовами.

З огляду на те, що соціальна диференціація характеризується відчутною багатовимірністю, сучасна лінгвістика відзначається наявністю в ній численних

моделей соціолінгвістичного спрямування. Зазвичай, автори фахових досліджень пропонують поділ соціально обумовлених виявів мовної варіативності на стратифікаційну та ситуативну. На стратифікаційну диференціацію мови впливає соціальна різносторонність суспільства. Це, зокрема, диференціація багатьох сучасних розвинених національних мов на територіальні та соціальні діалекти, виділення літературної мови як соціально і функціонально вагомішого мовного утворення, існування в деяких суспільствах «чоловічого» і «жіночого» варіантів мови. Ситуативний вимір мови означає вибір окремим членом колективу або певною групою осіб певних мовних одиниць в залежності від комунікативної ситуації [20].

Найважливішою ознакою соціально-рольових відносин у комунікативному колективі слугує соціальний статус, що є комплексом, сформованим постійними соціальними та соціально-демографічними ознаками, характерними для індивіда. Відтак, соціальний статус є поняттям, що співвідносне зі стратифікаційним виміром мови, проте водночас ним послуговуються для визначення ситуативного виміру мови крізь призму рольових стосунків.

Інформація, що стосується соціального статусу людини, є в сучасному суспільстві пріоритетною, що доводить низка психологічних закономірностей, які визначають алгоритм, за яким запам'ятовується людина під час першого знайомства. Так, у першу чергу йде запам'ятовування обличчя та зовнішності нового знайомого, наступним запам'ятовується рід занять людини, а вже потім – її ім'я та особистісні характеристики. Зазвичай сприйняття людини співвідноситься з її образом як еталонним представником певного соціального прошарку, професійного колективу тощо, а характеристики, що є додатковими, базуються на означеному наборі рис. Подібним є принцип, за яким вибудовуються образи персонажів у художніх творах, відтак, необхідним постає розгляд соціального статусу як однієї з ключових характеристик, що мають враховуватися при виконанні перекладу з метою забезпечення його адекватності.

Особливості вживання та понятійно-термінологічного послугування поняттям «соціолінгвістичний портрет» зумовлюють необхідність уваги до цього феномена в контексті соціолінгвістичних та перекладознавчих студій. Соціолінгвістичний портрет має як спільні, так і відмінні риси з поняттям «мовна ситуація». Для нього характерним постає пряме та опосередковане співвідношення з мовною ситуацією.

Для забезпечення розуміння сутності соціолінгвістичного портрета необхідним постає врахування: соціальних процесів, що відбуваються в суспільстві та впливають на функціонування мови; особливостей соціальної структури суспільства; комунікативної ситуації (місце, де відбувається спілкування); соціального статусу учасників комунікації; комунікативних цілей та очікування; соціальних характеристик мовця; культурного середовища та професійної приналежності людини, її характер і рівень освіти [39]. Тобто дослідити його вияв як на макро-, так і на мікрорівні.

У першому випадку соціолінгвістичний портрет постає як загальне мовне та соціальне підґрунтя, відмінності тієї чи іншої держави: наприклад, соціолінгвістичний портрет. Мікрорівень же в контексті формулювання соціолінгвістичного портрета пов'язаний із певним індивідумом, представником чи кількома представниками певної групи, де значно легше простежити сукупність чітко окреслюваних домінант. Прикладами соціолінгвістичних портретів на мікрорівні можуть бути, зокрема, соціолінгвістичний портрет перекладача, соціолінгвістичний портрет професійного баскетболіста, соціолінгвістичний портрет студентської групи тощо [9: 181].

Для вияву соціолінгвістичного портрета на макрорівні характерним постає співвідношення, але не ототожнення мовної ситуації. Це є своєрідною сукупністю соціолінгвістичних портретів у всіх форматах їх взаємодії, де враховуються:

- 1) доступність оперування тією чи іншою мовою/діалектом;
- 2) можливість вияву характеристик, притаманних єдиній етнічній спільноті;

- 3) наявність цілісної мовної безперервності;
- 4) наявність співвідношень між першою (материнською), етнічною (наприклад, громадянин Сполучених Штатів Америки та мексиканець за походженням в родині спілкується іспанською, проте в публічному житті змушений поступатися впливові соціуму та розмовляти англійською), основною (якою найчастіше мовець послуговується у спілкуванні) і додатковою мовами;
- 5) наявність взаємозрозумілості мов тощо [9: 181].

Перекладознавчий аспект окресленої вище проблематики характеризується практичною цінністю адекватної інтерпретації інформації соціального спрямування, оскільки вміле оперування цим знанням покращує процес розпізнавання соціальних реалій, сприяє їх успішному відтворенню. Обізнаність стосовно життєвих стандартів певного суспільства є важливим інструментом фахової діяльності перекладача, завдяки якому він здатний найбільш ефективно відтворити соціальні характеристики у своєму перекладі. Відтак, соціально-економічний план характеристики людини чи персонажа, як представника певного соціуму, є доречним об'єктом для перекладацького аналізу [7: 3-4].

Спілкуючись, людина позасвідомо або навмисно виказує в мовних одиницях (вимові) своє або адресата соціальне походження, стать, вік, рівень освіти й культури, вид занять, тобто належність до певної соціальної групи, соціального прошарку суспільства [14:3]. Необхідно також і врахувати рольовий план соціального статусу. Це підвищує шанси перекладача на адекватне відтворення оригінального змісту первинного тексту. Статус містить у собі узагальнення численних соціальних ролей, які є стійкими поведінковими шаблонами. Ролями виконується функція передбачення певної рольової поведінки, побудова якої будується за певним зразком та характеризується наявністю певних обмежень (наприклад, роль поліцейського, водія).

Вимір соціального статусу полягає у порівнянні становища осіб у певних соціальних структурах, що проявляються в соціальній і ситуативній

відмінностях, у відносинах від вищого до нижчого і від нижчого до вищого [14:1]. Для позначення соціального статусу особи використовуються способи протиставлення вираження й опису статусу. Вираження полягає у відображенні приналежності особи до певної соціальної групи, користуванні особою певними правами та виконанні нею обов'язків, приписів, які існують у цій групі. Опис соціального статусу здійснюється через вельмишановних рецензентів висвітлення зовнішніх і внутрішніх обставин, що сигналізують про ознаки зіставлення статусу учасників, їх соціальної позиції, спілкування відповідно до типової поведінки, прийнятої у певному суспільстві [14:2].

Вияв такої специфіки як особливості форми комунікації, етикетні правила, наявність особливих форм звертань із різних приводів тощо, наділяє перекладача широкими можливостями для здійснення докладного аналізу закономірностей вираженості соціальних стосунків у різних мовах та культурах. Отже, з огляду на вищезгадане, можливим постає розгляд інформації про соціум та відносини в ньому в мові передусім як соціолінгвістичне й поряд з тим як комплексне міждисциплінарне поняття.

Питання відображення соціального світу в процесі міжмовної комунікації можна окреслити такими аспектами як відтворення в тексті перекладу соціальних реалій вихідної соціокультури, а також непряме відображення соціальних відмінностей суспільства з огляду на соціальну диференціацію мови. Цю проблему вважають похідною від іншої проблематики перекладу – асиметрії мови, яка надає останній багатозначності та ідіоматичності її використання, що, своєю чергою, стає причиною більшості перекладацьких труднощів. Таким чином, складність перекладу назв соціальних реалій спричинена відмінністю у диференціюванні соціальної дійсності двох порівнюваних у перекладі культур [40:32].

Отже, можна сказати, що наукові знання про соціум та соціальний статус людини належать до центральних категорій соціолінгвістики. Названа категорія характеризується концептуальною співвідносністю із рештою найближчих соціолінгвістичних понять: найближчими до неї постають концепти статусу,

ролі, комплексу цінностей, стратифікованого мовленнєвого колективу, поведінки, сфери та ситуації спілкування, комунікативної мережі та мови в її різновидах. Зв'язки з іншими концептами та поняттями мають опосередкований характер [15:17].

У перекладознавстві значущість послугування інформацією про соціум при виконанні адаптації іншомовних текстів наразі вивчена мало. Проте очевидним, на нашу думку, є те, що розуміння соціолінгвістичних моделей і категорій та їх взаємодії є необхідним у теорії й практиці перекладу. Отже, перешкоди, з якими можуть зіткнутися перекладачі у соціолінгвістичному контексті, мають вирішуватися одночасно і в контексті перекладознавства [15:13].

1.2. Феномен портретування: соціолінгвістичні характеристики

Особистість досліджується психологами давно, але досі дивує відкриттями. Особистістю є соціальна істота, суб'єкт пізнання, активний діяч суспільного розвитку [24: 36]. Індивідуальність є однією з виразних ознак особистості, яку можна визначити як специфічне та унікальне поєднання психологічних особливостей людини: характер, темперамент, особливості перебігу психічних процесів (сприймання, пам'яті, мислення, мовлення, почуттів, волі), особливості її мотиваційної сфери, спрямованості [24: 36].

Персонологія, як напрям у психології, почала детально досліджувати поняття «особистість». Це та наука, що формує та утверджує всебічний погляд людини на громадянське суспільство як діалектично взаємопов'язану цілісність, яка постійно перебуває у стані соціального розвитку [23: 9]. Термін персонологія вперше використав Генрі Мюррей у своїй книзі «Дослідження особистості», розуміючи під ним дослідження особистості як унікальної цілісності [30: 72].

Особистість свого часу досліджували такі видатні психологи як Карл Юнг, Карл Роджерс, Зігмунд Фрейд, Альфред Адлер, Ерік Еріксон, Гордон Олпорт, Ганс Айзенк, Реймонд Кеттел і перелік не є вичерпним. Кожен дослідник, спираючись на певні факти та свої характеристики особистості мав і довів свою

теорію особистості. В залежності від основи, на якій будується та чи інша теорія, виокремлюють декілька класифікацій теорій особистості:

- психодинамічні, гуманістичні, біхевіористські;
- психоаналітичні, гуманістичні, диспозитивні та соціально-когнітивні;
- психодинамічні, диспозитивні, гуманістичні, соціально-когнітивні, біологічні та еволюційні;
- психоаналітичні, психосоціальні, мотиваційні, біхевіористські, диспозитивні, когнітивні, гуманістичні та феноменологічні [48].

У межах соціолінгвістики нас цікавлять диспозитивні теорії особистості, представниками яких є Гордон Олпорт, Ганс Айзенк та Раймонд Кеттел. На думку психологів суть особистості визначається її рисами. Тобто тими схильностями, які є невід'ємною ознакою такої особистості і які вона проносить через усе життя [36: 31]. Г. Олпорт виокремлював три основні типи рис:

- основоположні риси. Рідкісний тип рис, які не притаманні кожній особистості. У разі їх розвитку, такі риси стають домінуючими настільки, що при дослідженнях часто отримують назви, похідні від свого носія: Макіавеллізм, нарцисизм, мати Тереза;
- централізовані/ключові риси. Це загальні риси, які формують основи особистості. Централізовані риси не мають домінуючого характеру, як основоположні, але вони зображають основні риси, які використовуються для опису іншої людини (наприклад, розумний, чесний, сором'язливий);
- другорядні риси. Такі риси проявляються за певних обставин, в яких може опинитися особа (нервування перед публічним виступом чи дратівливість при перебуванні у стресовій ситуації) [58: 181-182].

Ганс Айзенк розробив модель особистості на основі трьох універсальних рис:

- 1) інтроверт – екстраверт. Інтроверсія передбачає спрямування уваги на внутрішні переживання, тоді як екстраверсія пов'язана з фокусуванням уваги назовні, на інших людях і навколишньому середовищі. Спокійну, тиху людину, яка зазвичай віддає перевагу усамітненій діяльності можна

охарактеризувати як особу з високим рівнем інтроверсії, тоді як поведінка особи-екстраверта є досить активною та відзначається соціальною взаємодією.

- 2) невротизм – емоційна стабільність. Риси, пов'язані із примхливістю та врівноваженістю. У стресових ситуаціях невротизм проявляється у схильності людини до занепокоєння, невпевненості, тривожності, частого відчуття негативних емоцій. Емоційно-стабільна особа у таких ситуаціях залишається врівноваженою та спокійною.
- 3) психотизм – нормальність. Особи із високим рівнем психотизму характеризуються відсутністю емпатії, турботи про інших, а також слабкою здатністю формувати прихильність. Особи із низьким рівнем психотизму зазвичай є емоційно стабільними та чуйними [64].

Теорія Кеттела налічує 16 рис особистостей якими можна спробувати описати та пояснити індивідуальні відмінності між особистостями людей. Тип особистості можна визначити за:

- абстрактністю (мрійливий – практичний),
- ступенем тривожності (тривожний – впевнений),
- наявністю домінування (домінує – підпорядковується),
- емоційною стабільністю (спокійний – нервовий),
- ступенем жвавості (спонтанний – стриманий),
- сприйняттям змін (сприймає – не сприймає),
- прагненням до досконалості (контрольований – недисциплінований),
- ступенем відкритості (стриманий – відкритий),
- способом мислення (абстрактне – конкретне),
- самосвідомістю (свідомий – безвідповідальний),
- самовпевненістю (автономний – залежний),
- чуйністю (жорсткий – м'який),
- соціальною сміливістю (сміливий – боязкий),
- напруженістю (нетерплячий – розслаблений),
- пильністю (довірливий – підозрілий),

- відношенням (комунікабельний – стриманий) [47].

За такими ж особистісними якостями можна охарактеризувати і стиль спілкування, притаманний тій чи іншій особі.

Особистість завжди конкретно-історична, вона є продуктом тієї доби та тих суспільно-економічних відносин, сучасницею та учасницею яких вона є [24: 36]. Уважаємо, що таке визначення можна застосувати і до мови. У залежності від різноманітних чинників – певної архітектури, міста, передмістя, країни, року, сторіччя, хмарочосів чи двоповерхових будинків навколо, людей, телевізійних програм – формується певний вид спілкування особи, її власний.

У зв'язку із необхідністю більш детального дослідження співіснування особистості та мови у ХХ столітті почала формуватися лінгвоперсонологія. Лінгвоперсонологія – розділ мовознавчої науки, який концентрує увагу на вивченні мовної особистості в її цілісності [10: 4]. Розуміння мовної особистості формувалось у науці поступово. Свого часу дослідженням мовної особистості займалися Г. Штейнталь, В. Вундт, Й. Л. Вайсгербер.

Ф. Бацевич визначав мовну особистість як «індивіда, який володіє сукупністю здатностей і характеристик, які зумовлюють створення й сприйняття ним текстів, що вирізняються рівнем структурно-мовної складності та глибиною й точністю відображення дійсності» [3: 188]. І. Данилюк визначає мовну особистість як поєднання в особі мовця: а) мовної компетенції; б) прагнення до творчого самовияву; в) вільного, автоматичного здійснення усебічної мовленнєвої діяльності [6: 160].

На думку вчених мовна особистість включає такі компоненти:

- культурні цінності суспільства,
- певна система світогляду,
- освіта;
- культурна розвиненість відносно мови;
- особистісні риси певної людини [63: 3090].

Стиль спілкування можна охарактеризувати такими параметрами, як мінливість, ситуаційна адекватність та специфічність. Він становить рухливу,

мінливу залежно від ситуації систему використання засобів і способів спілкування [34: 416].

На основі ступеня адекватності засобів і способів спілкування ситуаційним умовам, в яких відбувається взаємодія, виділяють гнучкий, ригідний та перехідний стилі:

- 1) Гнучкий стиль характеризується високим рівнем орієнтації в ситуації спілкування, адекватною оцінкою інших та самооцінкою, розумінням підтексту спілкування, емоційного стану співбесідника [34: 416]. Таку особистість можна охарактеризувати як чуйна.
- 2) Ригідний стиль відрізняє відсутність достатнього аналізу своєї і чужої поведінки, неадекватна оцінка інших і самооцінка, погане володіння собою, нерозуміння підтексту спілкування, відсутність вміння знаходити доцільну форму спілкування для здійснення ефективного впливу на співрозмовника [34: 416]. Таку особистість можемо назвати байдужою.
- 3) Перехідний стиль є проміжним. Для нього характерний вияв певною мірою як одних, так і інших тенденцій, тобто розуміння людей і ситуацій неповне, вплив на інших не завжди ефективний і відповідний ситуації [34: 416]. Таку особистість можемо класифікувати як невиразну.

Американський лінгвіст Роберт Нортон виділив десять стилів спілкування:

- домінантний (зловживає та переважає у спілкуванні),
- драматичний (дуже виразна вимова, особа часто використовує перебільшення для підвищення ефекту спілкування),
- конфліктний (особа часто провокує конфлікт в розмові),
- жвавий (особа часто жестикулює та використовує міміку),
- виразний (стиль спілкування такої особи запам'ятовується),
- помірний (спокійно спілкується, поводить розслаблено),
- уважний (особа уважна до своїх співрозмовників та всіляко це проявляє),
- щирий (особа відкрито розмовляє на будь-яку тематику),

- доброзичливий (особа доброзичлива до інших, зазвичай не конфліктна, за що цінується співрозмовниками), та
- досвідчений комунікатор (легко спілкується як зі знайомими, колегами, так і з незнайомим колом осіб різної статі та поглядів) [68: 99-101].

У випадку злагодженого поєднання кількох вищезазначених стилів спілкування можливо отримати необхідний результат від своєї аудиторії, на яку буде направлена комунікація. Наприклад стендап-коміки досить вдало поєднують домінантний, драматичний, жвавий, виразний, уважний та стиль досвідченого комунікатора.

Під час своїх стендапів гумористи жестикулюють, роблять гримаси, імітують інших людей у його чи її монологі. У кожного коміка є своя «фішка», по якій вони запам'ятовуються аудиторії. Також невід'ємною вимогою представників стендапу має бути готовність говорити та висміювати будь-яку тему, якою б особистою чи забороненою вона не була, оскільки саме відверті розмови із публікою роблять даний жанр комедії таким популярним.

Отже, за допомогою мовлення та його стилів можна встановити, вирізнити, ідентифікувати одну особистість з-посеред інших, тому що кожен з нас має свій «портрет», свій мовний «паспорт», у якому відображено всі параметри нашого Я – національно-етнічні, соціальні, культурні, духовні, вікові [1: 183].

1.3. Дискурсивні особливості англомовних телешоу

Сучасне телебачення більше не портретує суспільство лише з позитивної сторони. Наразі популярними є реаліті та ток-шоу, які зображують реальний перебіг речей, реальне життя, реальні проблеми. Програми, у назві яких наявне слово «шоу», можна визначити як такі, що зазвичай не мають нічого спільного з реальністю, однак, з кожним роком приковують увагу до телеекранів все більшої аудиторії.

Переважає більшість проблем чи тематик шоу полягає у звичайних для людини проблемах: звільнення з роботи, розлучення, непорозуміння з дітьми, пошуки кохання. Такі проблеми привертають увагу аудиторії, оскільки

телебачення завжди знаходить спосіб вирішити їх – у дуже перебільшеній, химерній формі – тим самим переконуючи телеглядачів у тому, що будь-яку проблему можна вирішити, якщо продовжити перегляд певної телепередачі.

Також телешоу може змалювати такі проблеми своїх героїв, щоб глядачі мали розуміння того, що у порівнянні із їх улюбленими героями на телебаченні, їх проблеми не становлять високого рівня тяжкості. Інший варіант, який наразі набуває популярності – посміятися зі своїх проблем разом з телевізором або ж із друзями, відвідавши певне гумористичне шоу.

Гумор відіграє значну роль у житті людини: допомагає впоратись зі стресом, заповнити незручну паузу, акцентувати на чомусь увагу або просто полегшити напружену обстановку. Це робить наше спілкування приємнішим, створюючи невимушену та веселу атмосферу розмови.

Одним із прогресивних різновидів гумористичних телешоу є стендап. Загалом, стендап можна визначити як гумористичний виступ перед живою аудиторією, який побудований на реальних або майже реальних подіях із життя коміка чи його/її знайомих із певним мовним ефектом для надання виступу необхідного емоційного забарвлення.

Необхідно навчитися вдало поєднувати стилі спілкування, віднайти власні мовні засоби для кращого забарвлення виступу, відстежувати останні події у світі, розуміти як вони вплинуть на цільову аудиторію, а також вміти знаходити саме той влучний момент для того чи іншого гострого жарту.

Сучасний соціум розрізняє та застосовує велику кількість гумористичних жанрів. У залежності від потреб сучасності формуються нові жанри. До стендап-виступу можна застосувати такі:

- гострий (обговорення гострої теми, що передбачає ображення тої соціальної групи, яка обговорюється: наприклад люди із зайвою вагою або певна раса);
- «синюшний» (обговорення та висміювання заборонених тем щодо певної діяльності, забороненої законом, наприклад вбивство чи педофілія);

- фарсовий (перебільшення дії чи реакції персонажу під час певного жарту для більш комічного ефекту);
- спадковий (жарти щодо стереотипів, культури чи певних ознак характеру певного соціуму);
- іронічний (використання іронії, щоб показати наскільки смішними є ситуації у яких те, що роблять чи говорять означає абсолютно протилежне);
- сухий (гумористичний виступ, який не супроводжується жодними емоціями, діями, мімікою);
- гра слів/каламбур (досить популярний для використання у стендапах, оскільки допомагає створити цікавий формат комедії, а також – через двозначність слів – плавно переходити з однієї теми на іншу під час виступу);
- інтелектуальний (різновид білого гумору, тобто у виступі не використовується ненормативна лексика, образи, обговорення заборонених тем. Звичайний добрий гумор);
- мовчазний/тихий (модернізований вид німої комедії, який також часто можна побачити у стендап-виступах);
- ситуаційний (жарти на звичайні буденні теми, однак із певною гіперболізацією ситуації);
- імпровізаційний (рідко зустрічається у стендапах, але має місце за певних ситуацій);
- крінжовий (ця сленгова назва пішла від англійського слова *cringe*, що означає «здригатися від чогось страшного чи соромливого». Такий жанр передбачає висміювання незручних, принизливих ситуацій, у які потрапляли коміки чи їх знайомі);
- очевидний (жарти на звичайні теми, без підтексту, без необхідності знати культуру певного народу чи дивитися певний фільм, щоб зрозуміти жарт);
- агресивний (є певним різновидом стендапу, оскільки є коміки, які використовують тільки цей вид гумору – ображення всіх і кожного, за

статтю, расою, характером, стилем спілкування. Ризиковий вид гумору, особливо в англomовних країнах, де великої популярності набуває захист прав людини, особливо стосовно наклепу);

- чорний (вид, подібний до синюшного та гострого гумору, але у даному випадку висміюються теми на які не прийнято говорити через занадто суб'єктивне відношення кожної особи, наприклад смерть, релігія, жорстокість) [75].

Стендап-коміки використовують і поєднують у своїх виступах усі перелічені види, або вигадують свій власний.

Наприклад шотландський стендап-комік Деніел Слосс за свій годинний виступ застосував гострий, фарсовий, непристойний, спадковий, іронічний, мовчазний, ситуаційний, крінжовий, очевидний та чорний види гумору. Переходячи від обговорення релігії до кумедних ситуацій із життя, Д. Слосс вміло поєднує різні гумористичні жанри із гострими темами. Така діяльність у 2021 році допомогла йому стати одним із найпопулярніших коміків, квитки на виступи якого було неможливо придбати.

У своїх виступах Д. Слосс завжди висміює себе щодо занадто дитячого обличчя та недостатньої зрілості в роках, щоб говорити на певні теми, тим самим попереджаючи таку критику щодо нього з боку аудиторії. Він часто згадує свою молодшу сестру, яка померла від церебрального паралічу, коли йому було дев'ять. Із його виступів можна зрозуміти, що батьки справлялися з такою втратою, а також вирішували інші серйозні питання шляхом гумору і, вірогідно, комік перейняв цей вид боротьби із горем. На своїх виступах гуморист порушує теми смерті, стосунків, релігії, виховання дітей у дуже грубій, провокаційній манері, яка змушує його аудиторію сміятись від обурення.

У той же час гуморист розуміє, що його стиль здається занадто обурливим і отримує достатньо критики. Але таку ситуацію він використовує у своєму виступі для попередження такої критики і критикує своїх глядачів за вибіркoвість: (19) *If you are offended by one my joke, can you just have the common fucking decency to be offended by the rest of them?* (LSD, URL)

Дослідники намагалися унормувати певну контекстну організацію побудови типового стендап виступу на основі інтерактивної складової:

- вступ, в якому бере участь комік-початківець чи ведучий для розігріву аудиторії;
- вихід основного коміка. Ця частина включає вступні ремарки, коментарі, налаштування аудиторії на тематику виступу, яка їх очікує та намагання відвернути увагу людей від розмов та напоїв;
- основна частина виступу, яка побудована на кількох послідовних гумористичних епізодів;
- заключні ремарки щодо оцінки задоволеності публіки, повторне представлення коміка, подяка за виступ [51: 43].

Інша класифікація змістового наповнення стендапу включає такі чотири послідовності:

- початок взаємодії, тобто початок будь-якого такого виступу для визначення рівня взаємодії, на якому будуть базуватися жарти;
- перехід до нового гумористичного епізоду: відображення методів, застосованих коміком для організації переходу до нової тематики жартів: слова-паразити та питання до аудиторії. Слова-паразити – щоб закінчити минулий гумористичний епізод, а запитання до залу – для підготовки влучних реплік для наступної порції жартів;
- розширення вдалих жартів: здійснюється шляхом подачі певної кількості ключових реплік, які пов'язані із першою;
- звертання до аудиторії у своїх ключових репліках: портретування аудиторії, а також самих себе (гумор над собою) у своєму гумористичному матеріалі. Така практика сприяє більшій схильності аудиторії, роблячи таку взаємодію більш особистою [51: 44].

Як і гумористичні жанри, стендап-виступи підлаштовують та змінюють під запити сучасності. У зв'язку із цим, вважаємо, що стендапи не можна диференціювати в таких вузьких рамках. Першу систематизацію можна застосувати до виступів у спеціальних стендап-пабах та клубах, які створені для

коміків-початківці та усіх бажаючих спробувати себе у такому жанрі. У таких місцях зазвичай є ведучий і декілька коміків, яких викликають під аплодисменти людей, які прийшли випити із друзями чи просто підняти собі настрій.

Якщо розглядати сольні виступи вже відомих коміків, які збирають стадіони своїх фанатів, то такі представники стендап-комедії запрошують на розігрів відомого артиста, а не коміка-початківця. У такому разі вищенаведеною систематизацією не можна охарактеризувати такий виступ. Ураховуючи різноманітність гумористичних жанрів та певні, вже сформовані образи стендап-гумористів, увесь виступ може бути організований в одному стилі і містити лише жарти про ординарні ситуації із життя. Кожен комік має особливий стиль, який може не передбачати заключних слів, підсилюючи цим ефект агресивного гумористичного жанру, наприклад.

Доречним убачається зробити більш розгалужену систематизацію, яка бере до уваги місце проведення, форми такого стендапу. Необхідно передбачати також імпровізаційний момент у виступі. Урахування усіх особливостей стендап-виступів не забезпечить чіткої систематизації, оскільки неможливо чітко ідентифікували стендап як шоу, тобто виступ із певним сценарієм. Стендап це особистий твір із власними баченням і думками, які можуть змінюватися допоки цей гуморист існує. У зв'язку із цим, вважаємо, що такий стиль вираження особистості як стендап не може бути однозначно визначений.

Стендап можна розглядати як діалог між виступаючим та його/її аудиторією, оскільки гарантією вдалого виступу є реакція аудиторії у вигляді сміху, оплесків або певних вигуків. Зазвичай виступ починається із вдячності публіці і заведення розмови про щось загальне, з чого можна буде перейти до основної теми гумористичного виступу. В основному жарти базуються на розповіді про якусь подію, діяльність чи вчинок, які описуються у жартівливій манері. Дією в жарті може бути відвідування клубу, здача іспиту, розмова з батьками/друзями, візит до стоматолога або будь-яка подія, яка досить близька цільовій аудиторії, і у якій можна уявити себе.

Дійові особи у таких жартах можуть бути сам комік, певний «друг» або звичайні люди на зупинці чи в магазині, поведінка яких зацікавила коміка.

Стендап дискурсу притаманні певні риси:

- це розмовна форма комунікації;
- є інтерактивним явищем;
- наявна сторона подачі інформації, що є обов'язковим.

Дискурсивні маркери є невід'ємною частиною повсякденного життя людини. Вони є важливим фактором досягнення соціально-комунікативних цілей як в письмовому, так і в усному дискурсах. У стендап-виступах дискурсивні маркери відіграють особливо важливу роль.

Дискурсивний маркер – це частка (наприклад, *oh, like, you know*), яка використовується для спрямування або перенаправлення потоку розмови, не додаючи до дискурсу жодного суттєвого перефразованого значення [67]. Це певні вирази, які функціонують у когнітивній, експресивній, соціальній і текстовій сферах [74:189].

Лінгвіст Лорел Брінтон виокремила два види маркерів в залежності від прагматичної функції:

- текстові (для початку дискурсу; для привертання уваги слухача; для закриття дискурсу; для допомоги доповідачу взяти або відмовитися від слова; для заповнення паузи або ж для тактики затримки, яка використовується для підтримки дискурсу або утримання слова; для початку нової теми або часткового переходу у тему; для позначення нової чи старої інформації; для позначення послідовної залежності; для виправлення власного дискурсу або дискурсу інших);
- міжособистісні (щоб висловити відповідь або реакцію на попередню промову; для здійснення обміну інформацією, включаючи підтвердження спільних припущень, вираження розуміння, запит на підтвердження, вираження відмінностей або збереження обличчя (ввічливість)) [46: 61].

Я. Машлер виділила чотири категорії дискурсивних маркерів: міжособистісні, референтні, структуровані та когнітивні.

Міжособистісні маркери позначають зв'язок між оратором та слухачем:

- сприйняття: *look, believe me*
- погодження: *exactly*, або незгоду: *I'm not sure*
- захват: *wow*

Референтними маркерами зазвичай є сполучники, які вказують на:

- послідовність речень: *now, then*
- причинний зв'язок речень: *because*
- узгодженість речень: *and*, або ж неузгодженість: *but*

Структуровані маркери вказують на ієрархічність комунікаційної діяльності у час, в який вона проговорюється. Такі маркери зазначають які висловлювання оратор вважає важливими чи неважливими:

- організованість: *first of all*
- вступ: *so*
- підбиття підсумків: *in the end*

Когнітивні маркери виявляють процес мислення оратора:

- опрацювання інформації: *uhh*
- усвідомлення: *oh!*
- перефразування: *I mean (WP)*.

Кембриджський словник налічує більш вичерпну класифікацію дискурсивних маркерів.

Дискурсивні маркери, які упорядковують розмову:

- початок розмови: *right, now, okay*
- закінчення розмови: *so, right, okay, anyway*
- зміна теми розмови: *anyway*
- унормування розмови: *and, in general, so, well, lastly, and then, to sum up, next, last of all, first (of all), what`s more, for a start.*

Дискурсивні маркери, які регулюють те, що ми кажемо:

- перефразування: *in other words, actually, I mean, what I mean is...*
- ділитися знаннями: *you know, you see, see*

Дискурсивні маркери у вигляді відповідей:

- показати інтерес до розмови: *yeah, right, absolutely, okay, yes, sure, fine, I see, definitely, certainly, of course*
- продемонструвати подив: *oh really, wow*
- проявити співчуття: *terrible, wonderful.*

Дискурсивні маркери для демонстрування певного ставлення чи вираження точки зору: *frankly, I think, basically, no doubt, clearly, unfortunately, sadly, to tell you the truth, I must admit, I'm afraid, fortunately, understandably, if you ask me, honestly, ideally, in fact.*

Дискурсивні маркери для подачі більш завуальованої точки зору: *apparently, kind of, perhaps, roughly, sort of, presumably, like, arguably, I think, surely, probably, just, I think.*

Дискурсивні маркери для початку нової теми розмови чи паузи: *um, erm.*

Дискурсивні маркери у вигляді вставних слів:

- для позначення позитивних емоцій: *yippee! Gosh! hooray!*
- для позначення негативних емоцій: *oh! oh no! yuck! ouch! (CD).*

Не всі дискурсивні маркери можуть мати одне значення чи мати значення взагалі, але усі вони слугують чітким сигналом для підготовки до нової теми лекції чи жартів на іншу тему стендап-коміка. Отже, існує безліч класифікацій дискурсивних маркерів, які можуть мати різне значення в залежності від типу дискурсу, емоційності, теми розмови.

Наприклад слово *like* комік Деніел Слосс у своєму виступі «Dark» використовує для наведення прикладу, а також перед прямою мовою у жарті: (18) *It's just that when you are fat, it's fucking impressive. Like, we get obese in the UK, I'm like: "Yeah, if that's your life – you live that. Proud". Over here I see fat people, I'm like: "Wooooow! How did you do that?" Like, that took effort. That took plotting.*” (LSD, URL).

Перший раз *like* використовується для наведення прикладу, вдруге і втретє – для початку прямої мови, а в останньому реченні *like* використовується для вираження певного припущення.

Висновки до розділу 1

1. Поняття соціуму багатогранне і розглядається з боку різних наук та дисциплін. В контексті соціолінгвістики та перекладознавства нас цікавить соціум з боку мови та її застосування у конкретних ситуаціях. Ураховуючи усі чинники, можна визначити соціум як певну соціальну групу людей, яких об'єднує певний вид мови, приналежний до певних територій та умов проживання такої соціальної групи.

2. Запозичивши знання про особистість з психології, ми можемо охарактеризувати мовну особистість за стилем її мовлення, емоційним забарвленням розмови, специфічною лексикою. Ми зможемо як зрозуміти який зміст передає нам співрозмовник, так і передати саме ту ідею чи зміст певній аудиторії, на яку спрямована наша розмова.

3. Одними із тих, хто часто використовує портретування є стендап-коміки. Портретування соціуму на телебаченні займає провідну роль: герої телепередач і серіалів, які переживають звичайні «людські» проблеми приваблюють аудиторію. Відомі зірки приходять на телешоу та розповідають про своє життя, яке нагадує звичне життя пересічного громадянина, та завойовують ще більше прихильників. Вони змальовують ситуацію, яка, зазвичай, може трапитися із кожним. Тобто вони зображують свою ж аудиторію у виступах, щоб заволодіти їхньою увагою. Для кращої виразності та передачі емоцій невід'ємним помічником гумористів стали дискурсивні маркери. Виокремлюють міжособистісні маркери (*look, wow, believe me*), референтні (*now, because, and*), структуровані (*so, in the end*), когнітивні (*oh, uhh*). Дискурсивні маркери допомагають надати стендап-виступам невимушеності та реалістичності при проєктуванні певного образу.

РОЗДІЛ 2. МОВНІ ЗАСОБИ ПОРТРЕТУВАННЯ УЧАСНИКІВ АНГЛОМОВНИХ ТЕЛЕСХОУ ТА ЗАКОНОМІРНОСТІ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

2.1. Фонетико-стилістичні засоби мовного портретування учасників англомовних телешоу

Вивчення фонетико-стилістичних засобів мовного портретування учасників англомовних телешоу є важливим аспектом сучасної лінгвістики та перекладознавства. Ці засоби допомагають передавати характеристики та особливості персонажів, створювати атмосферу взаємодії та відображати соціальні відносини між ними.

Відповідно до різноманітних жанрів телешоу, фонетико-стилістичні засоби можуть відігравати важливу роль у формуванні відчуттів глядача щодо персонажів та їхнього оточення. Крім того, ці засоби можуть допомогти глядачеві краще зрозуміти соціальні та культурні особливості в представленому на телешоу контексті.

Оскільки англомовні телешоу стають все більш популярними в українському медіапросторі, виникає необхідність ефективного перекладу та адаптації їхнього контенту для української аудиторії. Вивчення фонетико-стилістичних засобів мовного портретування учасників таких телешоу дозволяє краще розуміти їхню специфіку та розвивати стратегії для збереження атмосфери оригіналу в українському перекладі.

Фонетичні особливості мовлення можуть включати акцент, інтонацію, артикуляцію, ритм та темп мовлення. Ці фонетичні особливості допомагають створити більш реалістичне та багатогранне зображення персонажів. Ідіолект охоплює ті мовні особливості особи, на які впливають географічні, освітні та навіть фізичні фактори, такі як соціальний статус, стать, раса, а також історичні фактори, які сприяють формуванню ідеологічної особистості. Такі особливості змінюються від носія до носія у повсякденному вживанні мови; а також виникають внаслідок особистих характеристик, таких як шепелявість, монотонне висловлювання, улюблені вигукки [50: 11].

Інтонаційні засоби (інтонаційні контури, паузи, наголос, сила голосу) є важливим компонентом мовного портретування в англомовних телешоу, оскільки вони дозволяють передати емоційний стан та настрій персонажів, а також відтворити особливості їхнього мовлення та акцент. Використання різних інтонаційних засобів сприяє створенню більш яскравого та виразного образу персонажів та їх взаємодії.

В англомовних стендапах фонетико-стилістичні засоби, такі як інтонація, темп мовлення та артикуляція, можуть використовуватися для створення комічного ефекту та підсилення гумористичних моментів. У процесі перекладу на українську мову необхідно враховувати фонетико-стилістичні засоби, характерні саме для жанру стендапу, щоб забезпечити автентичність мовного портретування та відтворити атмосферу оригінального контенту.

Передача фонетико-стилістичних засобів мовного портретування стендап-коміків під час перекладу на українську мову ставить ряд викликів та можливостей. При відтворенні різних регіональних та соціальних акцентів англійської мови складно знайти відповідні українські акценти, які б передавали атмосферу оригіналу. У деяких випадках можна використати українські регіональні акценти для передачі географічного та соціального походження учасників [72: 3-4].

Збереження інтонаційних особливостей має важливе значення для передачі емоцій та ставлення учасників до подій та інших учасників. Слід зберігати інтонаційні особливості, характерні для англомовних телешоу, для передачі емоційного забарвлення діалогів. Артикуляція та темп мовлення можуть бути виразними засобами, що передають характер учасників та їхній стиль спілкування. У процесі перекладу необхідно знайти відповідний баланс між збереженням цих особливостей та пристосуванням їх до української мови та культурного контексту [52: 83-84].

При передачі фонетико-стилістичних засобів у перекладі можуть виникати кроскультурні відмінності, які слід враховувати. Наприклад, зберегти

оригінальний сенс та гумор і водночас адаптувати англомовні жарти та іронію до українського контексту.

В успішному стендапі важливу роль відіграє взаємодія коміка та аудиторії. Стендап-комік повинен справляти безперервний інтенсивний мовний уплив на аудиторію та вміти керувати увагою глядачів. Тому ідіолект коміка відіграє суттєву роль у жанрі комедійного стендапу.

Розглянемо закономірності ідіолекту таких сучасних стендап-коміків, як Джордж Карлін, Елен Дедженерес та Деніел Слосс. Ці гумористи не є новачками у професії, їхні мовленнєві звички достатньо сформовані. У текстах коміків присутня характерна для стендапу тематика: автори міркують про сучасні суспільні проблеми, не оминаючи провокаційні теми (релігія, політика, психологічні проблеми та вади людей тощо).

У стендап-виступі Елен Дедженерес спостерігаємо такі закономірності ідіолекту: (1) *It is so worth it 'cause when you get there and you see this thing five feet away from you... So majestic, so beautiful* (R, URL). У наведеному прикладі можна відзначити актуалізацію гумористкою прислівника-інтенсифікатора *so* в поєднанні зі ще одним прийомом акцентування – синонімічним повтором: *majestic* ‘величний’ – *beautiful* ‘розкішний, гарний’.

У наступному фрагменті свого виступу Елен Дедженерес посилює акцентувальний ефект за допомогою відтінку перебільшення, що його має прислівник *always* ‘завжди’ у наведеному контексті: (2) *People are always looking into things and looking for signs of what things mean* (R, URL).

Визначимо особливості ідіолектних виявів у мовленні іншого американського стендап-коміка Джорджа Карліна: (3) *Americans love to eat. They are fatally attracted to the slow death of fast food* (DA, URL). У наведеному прикладі гуморист використовує прислівник-інтенсифікатор *fatally* у значенні ‘неминуче’ для підсилення ефекту дієслова *attracted*, що в даному випадку означає ‘втягнуті’.

У свою чергу Деніел Слосс у своїх виступах комбінує вербальні методи акцентування із невербальними: (4) *... they'd [friends] say I was a good person and*

I understand why that is, it's because they only ever hear what comes out of my mouth. They never hear what's going on in my head, and those are two hugely different things, by the way (LSJ, URL). Комік використовує для перебільшення прислівник *hugely* 'величезно', виголошує це слово протяжніше, при цьому жестикулюючи. Також характерною рисою виступів коміка є темп його мовлення: він досить швидко висловлює думку, а перед самим жартом тримає доволі довгу паузу для посилення ефекту комічності, що теж можна побачити у наведеному прикладі.

У наступному прикладі ми також спостерігаємо повторення для привернення уваги глядача: (5) *What if one day, what if, God forbid, what if one day I have a vegan kid?* (LSJ, URL). У даному випадку комік переходить до наступного жарту і хоче сконцентрувати увагу публіки на цьому, щоб вона встигла налаштуватися на сприйняття нової порції інформації.

Гіперболізовані образи здатні надати ситуації гумористичного ефекту: (32) *If you were to believe the tabloids, trains stopped on the track so that people could get off in order to vomit at how disgusted they were by this joke. People killed themselves, they were so disgusted by what he said* (IOS, URL).

Розглянувши особливості мовлення стендап-коміків як професійної групи, відзначимо, що індивідуальні мовленнєві характеристики коміків є різними. Мовлення Елен Дедженерес більш насичене сигналами акцентування. Це свідчить про те, що жінка-гуморист, порівняно з іншими коміками, внутрішньо передбачала відсутність належної уваги до своїх текстів з боку аудиторії.

Деніел Слосс також використовує багато сигналів акцентування для підсилення комічності у своїх виступах, оскільки тематику його жартів складають більш провокаційні теми, такі як смерть, недієздатність, релігія, злочини проти особи. Як він сам зазначає у своїх виступах, люди іноді бояться посміятися з такої теми через певні етичні перестороги, тому, для зниження напруженості у залі, виступи Деніела Слосса насичені як вербальними, так і невербальними засобами акцентування.

Найменшу кількість сигналів акцентування використовує Джордж Карлін. Під час виступів він говорить у швидкому темпі, не дуже дбає про те, слухають

його чи ні. А тому Джордж Карлін витрачає менше мовних зусиль, щоб отримати увагу аудиторії. Його мовленнєву поведінку, порівняно з іншими коміками, можна охарактеризувати як менш активну.

Інтонація та наголоси можуть відігравати важливу роль у передачі емоцій, настрою, ставлення до інших учасників та ситуацій на екрані. Наголос в англійській мові може вказувати на важливість частини висловлювання, а також передавати емоційний стан та ставлення до теми. Необхідно враховувати ці особливості та адаптувати наголос при перекладі на українську мову.

За допомогою інтонації можна передати сарказм, іронію, радість, сум, роздратування та інші емоційні стани. При перекладі на українську мову слід звертати увагу на інтонаційні відмінності, щоб адекватно передати сенс оригінального висловлювання.

Одним із викликів, із якими можна зіткнутися під час передачі наголосів та інтонації з англійської на українську мову, є збереження емоційного забарвлення та стилістики оригінального мовлення. Українська мова може мати інші правила та традиції щодо наголосів та інтонації, що можуть призвести до втрати частини інформації під час перекладу. Це ставить завдання знайти найбільш адекватні способи передачі наголосів та інтонаційних особливостей оригіналу.

Такими способами можуть бути:

- адаптація наголосу та інтонації з огляду на правила та традиції української мови;
- використання синонімів або перефразування для передачі відтінків значення, що відображаються через наголос та інтонацію в англійському оригіналі;
- активне використання контекстуальних підказок та знань про культурні особливості обох мов для відтворення емоційного забарвлення та стилістики оригінального мовлення.

Паралінгвістичні засоби включають різноманітні немовні аспекти мовленнєвої комунікації, такі як темп мовлення, сила голосу, паузи та звукові

ефекти. Вони можуть надавати додаткову інформацію про учасників телешоу та їхні відносини, а також передавати емоції та настрої.

Швидкість та ритм мовлення можуть відображати емоційний стан учасників, а також їх характер. Наприклад, швидке мовлення може сигналізувати про емоційність, ексцентричність або нервозність, тоді як повільне мовлення може свідчити про розсудливість, зосередженість або спокій. Перекладачам варто звертати увагу на темп мовлення та намагатися передати ці особливості в українському тексті.

В одному із виступів стендап-коміка та актора Габріеля Іглесіаса, він розповідає що у 2020 році з екранів телевізорів всім збрехали про те, що через пандемію коронавірусної хвороби всім потрібно буде посидіти вдома всього два тижні, а насправді всі сиділи кілька місяців. І він застосовує, як він виражається, стереотипний та заспокійливий голос білого чоловіка похилого віку, щоб сказати наступне: (6) *Ladies and gentleman, we would just like to ask that you go home for two weeks, be with your loved ones, be with your family, just two weeks, while we figure things out* (SF, URL).

Потім він проголошує ту саму фразу з іспанським акцентом, із американським акцентом, типовим для мешканців сільської місцевості, а потім із афроамериканським, щоб показати на скільки по-різному глядачі будуть реагувати на одну й ту саму фразу, виголошену представниками різної національності. У цих промовах він застосовує: швидкий темп мовлення та іспанські слова для позначення іспанського акценту; жаргонну лексику для американського акценту мешканців сільської місцевості, а також соціолекти та повільну інтонацію, що притаманні афроамериканському акценту.

Однак комік не анонсував жоден акцент, окрім «білого». Усі інші приклади були зрозумілі глядачам по його вимові, інтонації та жестикуляцією руками. Гучність та тон голосу можуть передавати емоції та ставлення учасників до інших персонажів або ситуацій. Гучний та рішучий голос може вказувати на авторитет, енергійність або агресію, тоді як тихий та лагідний голос може

підкреслювати, наприклад, сором'язливість. Перекладачі повинні враховувати ці аспекти при перекладі діалогів та монологів [62: 150].

Паузи в мовленні та звукові ефекти, такі як сміх, зітхання або плескання, можуть допомагати передати настрій, емоції та реакції учасників на певні події або ситуації. Вони також можуть слугувати для створення драматичного ефекту або підсилення смислу висловлювання. Перекладачам слід звертати увагу на ці елементи і намагатися передати їх в українському перекладі.

До прикладу Деніел Слосс розповідає про виставку Джексона Поллока, на яку завітав сам митець і де його запитали що означає одна із його картин: (7) *“Can we just ask you, what do the two red dots represent?” And Jackson Pollock on record said: “What? (Робить паузу, робить вигляд що підходить до картини, придивляється до неї.) Ha! (На дуже високих тонах, робить кумедний вираз обличчя, знов дивиться на картину і говорить далі) Huh. I must have splashed it when I was painting that one.”* (LSJ, URL)

Переклад паралінгвістичних засобів може виявитися складним завданням через культурні та мовні відмінності. Деякі звукові ефекти або способи використання пауз можуть бути специфічними для англійської мови або культури, що може ускладнювати їх адекватний переклад на українську мову.

При перекладі на українську мову, необхідно враховувати культурні та мовні особливості, щоб адекватно передати емоційний колорит, стиль мовлення та характеристики персонажів.

Для адекватного перекладу паралінгвістичних засобів можна використовувати такі стратегії, як:

- адаптація звукових ефектів та пауз з огляду на специфіку української мови і культури;
- використання описів або вказівок щодо паралінгвістичних засобів у тексті, що допоможе українському читачеві уявити оригінальний контекст;
- застосування креативного підходу для передачі паралінгвістичних засобів, які можуть бути важко передані безпосередньо, з використанням аналогічних засобів української мови або культури.

Особливістю взаємодії коміка та аудиторії під час стендапу є утримання уваги цієї аудиторії протягом тривалого часу. Відтак, виступи стендап-коміків насичені мовленнєвими сигналами, що активують та підсилюють увагу глядачів, а саме – сигналами акцентування.

Мовлення стендап-коміків, тексти виступів яких були залучені нами до аналізу, вирізняється тяжінням до активної актуалізації сигналів акцентування, представлених різними механізмами: прислівниками-інтенсифікаторами, синонімами, повторами, гіперболами, жестами, мімікою обличчя тощо. Це свідчить про те, що мовленнєва поведінка стендап-коміків є набагато активнішою, ніж у представників інших професійних груп, пов'язаних зі створенням креативного контенту.

2.2. Лексико-семантичні засоби мовного портретування учасників англомовних телешоу

Лексико-семантичні засоби відіграють важливу роль у мовному портретуванні учасників телешоу, оскільки вони допомагають передати характеристики персонажів, їхні взаємодії та стосунки між ними, а також атмосферу самого телешоу.

Лексико-семантичні засоби:

- надають мові глибину та розмаїття, що дозволяє передати різноманітні аспекти портретування персонажів та ситуацій;
- допомагають створювати емоційний колорит та відтворювати настрій телешоу та його учасників;
- можуть відрізнятися стилістично, зокрема залежно від жанру телешоу, його аудиторії та мовного контексту.

У мовному портретуванні учасників англомовних телешоу використовуються різноманітні лексико-семантичні засоби, зокрема спеціалізована термінологія, соціолекти, неологізми, ідіоми, фразеологічні одиниці, синоніми та антоніми, метафори, порівняння та інші образні вирази.

У процесі перекладу стендапів на українську мову необхідно адекватно передати ці лексико-семантичні засоби, враховуючи специфіку обох мов та культурний контекст. Особливу увагу слід приділити відтворенню стилістичних особливостей, емоційного колориту та культурних відмінностей, що містяться в лексико-семантичних засобах.

Однією з особливостей лексики в англійській телешоу є використання специфічної термінології, яка може відрізнятися в залежності від тематики програми. Наприклад, у програмах про спорт використовуються терміни, що відносяться до певних видів спорту, таких як футбол, баскетбол, хокей, а також терміни, що характеризують різні аспекти гри, такі як голевий удар, пас, захист тощо. У програмах про музику та танці використовуються терміни, що стосуються жанрів, ритмів, танців та інших музичних аспектів.

Сленг визначають як певний стиль мовлення, який використовується певною групою осіб. Це дуже неформальне використання лексики та ідіом, яке є більш метафоричним, грайливим, еліптичним, яскравим та недовговічним, ніж звичайна мова [73: 330]. Отже сленг йде в ногу із суспільством та видозмінюється разом із ним. Наприклад, у телешоу про моду часто вживають слово *fab* як означення для чогось чудового та модного. У програмах про музику часто вживається слово *jam*, що означає спільне музикування або імпровізацію.

До сленгу належать вульгарні та лайливі слова, які у великій кількості зустрічаються у мовленні стендап-виступів Деніела Слосса. Це також пояснюється тим, чому або кому саме він прагне дати свою оцінку, а вульгаризми найяскравіше передають його емоції: (37) *He was one of those pricks, those knobs that just throw paint at a canvas, like, "This one's called "Despair!"* (LSJ, URL) – Він був одним із тих ідіотів, які просто забризкують полотно фарбою зі словами «А ось цей шедевр я називаю «Відчай!». Спостерігаємо, що англійські сленгові вульгаризми *prick* та *knob* передано за допомогою більш книжного українського відповідника ‘ідіот’.

Особливо часто вульгаризми з'являються у мовленні Деніела Слосса у моменти емоційного сплеску, коли комік розповідає про людей, які його

дратують чи злять своїми вподобаннями. Так, Деніел Слосс шуткує про веганів, а потім роз'яснює на кого саме з веганів був направлений цей жарт: (38) *Who this joke is specifically aimed at is the fucking Facebook vegans. If you are a Facebook vegan, right, look into my fucking eyes, wherever you are. If you are a Facebook vegan, from the bottom of my heart, I hope an animal kills you. I will not be happy until you and your kind die of irony* (LSJ, URL).

Часто для посилення ефекту комічності гумористи створюють нові слова чи подають вже відомі у новому значенні: (8) *We have violence in the UK. It's just a bit more...stabby* (ODBV, URL). (14) *I call it being a wanker-anchor¹* (LSD, URL).

Ідіоми – це вирази, які мають інші значення, ніж пряме, тобто їхнє значення не можна визначити з контексту. В англійській мові часто вживаються ідіоми *die laughing, cry one's eyes out, get one's way with someone, by any stretch*, які стають популярними у мовленні знаменитостей та можуть стати популярними серед глядачів: (68) *How do the people feel about living in a coast-to-coast shopping mall?* (DA, URL). (72) *I'll have to keep an eye on them* (LSD, URL). (96) *At this point, I'm rolling the dice* (SF, URL). (97) *She gets to my car and she starts going off on me* (SF, URL).

Термін «жаргон» нерідко вживають у сполученні з прикметником «груповий» або «корпоративний», тим самим підкреслюючи мовно-соціальне відокремлення різновиду соціолекту за ознаками професії (найчастіше), непрофесійних інтересів, віку, соціального статусу і ширше – соціальними ознаками, тривалим перебуванням у певному середовищі [37: 189]. У телешоу можуть вживатися жаргонні вислови, які стосуються певних груп або професій. Наприклад, у програмі про медицину можуть вживатися терміни, що характерні для лікарів та медичного персоналу. У програмах про моду можуть вживатися жаргонні вирази, які стосуються модельної індустрії. А у стендапах ми можемо зустріти величезний мікс, оскільки стилю стендапа притаманне різке перескакування із теми на тему.

¹ людина, яка не змінює свою поведінку і залишається такою ж поряд із людиною, яка переживає втрату.

У дослідженні лексики в англomовних телешоу важливо враховувати, що ця лексика може бути незрозумілою для української аудиторії. Тому при перекладі необхідно вибрати відповідні еквіваленти, які були б зрозумілими для українського глядача. Також важливо враховувати культурні та соціальні відмінності між країнами, щоб уникнути помилок та непорозумінь.

У практиці перекладу лексики в англomовних телешоу часто використовують різні стратегії перекладу, такі як транслітерація, описовий переклад, наближений переклад та інші. Вибір стратегії залежить від багатьох факторів, таких як тип програми, тип лексики, контекст вживання тощо. Важливо враховувати соціально-культурні відмінності між країнами та аудиторіями програм. Наприклад, жаргонні вирази або ідіоми, які є відомими та розповсюдженими в одній країні, можуть бути незнайомі та незрозумілі в іншій. Тому важливо використовувати відповідні культурні відсилки та контекстуальні пояснення для української аудиторії.

Іншим важливим аспектом перекладу лексики є відтворення інтонації та емоцій учасників програми. Це допомагає передати настрій та емоції, які вони виражають у ході програми. Наприклад, використання терміну з негативним відтінком може мати різний емоційний заряд у різних ситуаціях, тому важливо забезпечити відтворення емоцій та контексту в перекладі.

Прикладом використання лексико-семантичних засобів у мовному портретуванні може бути використання соціолектів та ідіом для портретування персонажів у шоу: (15) *No, I'm not an intelligent person by any stretch* (LSD, URL). (16) *There are 7.5 billion people on this planet, and you found your soul mate 20 miles from where you live. Seems like a bit of a cowinkydink to me* (LSJ, URL).

Синоніми та антоніми допомагають створювати більш точний та детальний образ персонажів, підкреслити їхні характерні риси або ж створити повноцінний жарт: (17) *My mom's had four kids and you can tell that she loves us all the same, but after the first two she, kind of, stopped giving a shit. Lost the magic. She was always going on about how she was blessed with me, that she was gifted with my*

sister, then she had my brother. And she'll always remember the day that she was diagnosed with the other one (LSD, URL).

Одним зі способів створення гумористичного ефекту в мовленні Деніела Слосса є також каламбур: (33) *I have an uncle that's a minister. He's 5`2". We call him a mini-ster (LSD, URL).*

Отже, використання лексико-семантичних засобів у мовному портретуванні учасників англомовних телешоу є ключовим для створення вірогідного та яскравого образу персонажа. Важливим аспектом є врахування культурних та соціальних особливостей та їх відображення у мові.

Для ефективного перекладу лексико-семантичних засобів українською мовою потрібно мати не лише високий рівень володіння англійською мовою, але й добре знати українську культуру та мову. Під час перекладу необхідно враховувати специфіку мовлення персонажів, їхні соціальні та культурні характеристики, щоб зберегти семантику та стиль оригіналу. Обираючи найбільш відповідну стратегію перекладу лексико-семантичних засобів, важливо враховувати контекст англомовного телешоу, мовні особливості персонажів, а також культурні й мовні різниці між англійською та українською мовами.

У стендапах Деніела Слосса важливий акцент направлений на поведінку, спосіб життя та основні проблеми американського населення. Тому використання лексико-семантичних засобів для передачі атмосфери американського життя, а також особливостей характерів головних героїв історій є вкрай важливим для правильної передачі на українську мову іронії та сарказму в мові персонажів. Застосовуючи адаптацію, компенсування чи прямий переклад, перекладачі успішно передають нюанси мови героїв та їх поведінки у окреслених ситуаціях.

2.3. Морфолого-синтаксичні засоби мовного портретування учасників англомовних телешоу

Морфолого-синтаксичні засоби дозволяють передавати інформацію про особистісні риси, соціальний статус та взаємодію між учасниками телешоу.

Особливо це стає важливим у контексті перекладу, коли необхідно зберегти смисл та атмосферу оригінального тексту. Вивчення морфолого-синтаксичних засобів включає аналіз морфологічних та синтаксичних структур, які використовуються для передачі характеристик учасників та їх взаємодії. Морфологічні засоби відображають варіативність форм слів, їх відмінкові закінчення та часові форми дієслів, тоді як синтаксичні засоби стосуються послідовності слів, їх взаємозв'язку та типів речень.

Під час перекладу морфолого-синтаксичних засобів на українську мову важливо застосовувати стратегії, які допомагають зберегти основні характеристики та нюанси оригіналу:

- слід звертати увагу на передачу часових відношень у діях героїв стендапу, намагаючись знайти найбільш відповідні форми дієслів української мови;
- необхідно адекватно передати відмінкові закінчення іменників та прикметників, щоб зберегти інформацію про відношення між учасниками телешоу та їх діями;
- слід знайти відповідні ступені порівняння в українській мові, які передають те ж саме значення, що й у англійському оригіналі;
- варто звертати увагу на правила відмінювання іменників у множині в українській мові, щоб передати інформацію про кількість учасників або об'єктів;
- необхідно зосередитися на знаходженні відповідних форм дієприкметників та дієприслівників української мови, щоб зберегти додаткові відтінки значень або акцентувати увагу на певних характеристиках учасників телешоу;
- слід віднайти відповідні аналоги або пояснення специфічних термінів в українській мові, щоб забезпечити розуміння цих термінів аудиторією.

Деніел Слосс, як стендап-комік, висвітлює теми, про які не прийнято говорити. Це, зокрема, релігійні вподобання, фізичні вади людей, тяжкі види злочинів, алкоголізм, наркоманія, тощо. У його стендап-виступах зазвичай

висміюється збірний та, дуже часто, гіперболізований образ особи, яка переймається тією чи іншою проблемою або має певні звички чи вподобання.

Так, в одному із своїх стендап-виступів Деніел Слосс говорить про проблему ожиріння у Сполучених Штатах Америки: (18) *It's just when you are fat – it's fucking impressive. Like, we get obese in the UK, I'm like: "Yeah, it's your life, you live that. Proud". Over here, I see fat people, I'm like: "Woow! How did you do that?" Like, that took effort. That took plotting. That didn't happen overnight. Like, there must have been days when you woke up not hungry* (LSD, URL).

Саме така подача матеріалу – агресивна, цькувальна, але досить комічна – і привертає увагу аудиторії до коміка. На своїх виступах Деніел словесно атакує і своїх глядачів, буквально підбурюючи їх сміятися, а не ображатися на теми, які ми звикли сприймати як серйозні проблеми сьогодення, або навіть як теми-табу. Він переконує свою аудиторію, у такий же агресивний спосіб, у тому, що це просто жарти і над ними можна і варто сміятися. А якщо жарт видається комусь образливим, то це проблема саме тієї людини, яка образилася, а не його: (19) *You are fully, 100% allowed to be offended by any one of the jokes in the show. That is your right. All I ask is that if you are offended by one joke, could you just have the common fucking decency to be offended by the rest of them? Don't pick what's offensive based on whether it affects your life or not, you fucking narcissist* (LSJ, URL).

Деніел Слосс активно послуговується численними мовними засобами створення гумористичного ефекту. У своїх виступах він часто вдається до послуговування у мовленні гіперболою як найпростішим способом привернення уваги до питань за рахунок їхнього перебільшення. Гіперболи, використані в мовленні Деніела Слосса, допомагають коміку ефектно дати суб'єктивну характеристику з точки зору персонажа: (20) *Every few weeks there is something in the newspaper about this comedian that said something awful or offensive that's offended one member of the audience, who, by the way, nine times out of ten, is an idiot* (IOS, URL).

Також, Деніел Слосс часто використовує градацію для наголошення на важливості його думки. У продовження теми образливих жартів, гуморист

зазначає, що зазвичай такий жарт виривають із контексту і розповсюджують в новинах чи телешоу без відповідних емоцій чи контексту, що викликає ще більше обурення суспільства: (21) *You're not given the context, you're not given the setup, you're not given the atmosphere, you're not even given the audience reaction* (IOS, URL). Так, використання градації повноцінно передає відчуття обуреності Д. Слосса з приводу звинувачень щодо коміків.

Оскільки невимушена обстановка стендап-камеді відіграє провідну роль, можна дійти висновку, що розмовність є найхарактернішою рисою мовлення Деніела Слосса. Це дозволяє виділити характерні особливості розмовного стилю мовлення.

Відомо, що позамовні чинники, такі як міміка, жести, пози є характерною рисою розмовного стилю, оскільки використовуються для більшого забарвлення розмови та передачі саме тих настроїв, які мовець хоче передати у розмові. Деніел Слосс дуже часто використовує такі засоби у своїх виступах. Він може розіграти як сценку із діалогом, так і абсолютно без слів передати увесь спектр емоцій для певної комічної ситуації.

Вигуки теж є показниками дискурсивної особистості Деніела Слосса. Вони використовуються із метою передавання емоцій мовця та посилення ефекту жарту. У стендап-виступах коміка представлені такі приклади вигуків – *ah, wow, woo-hoo, hey, yeah, ha* тощо.

Іншою характерною рисою розмовного стилю Деніела Слосса є дискурсивні маркери *right, yeah, okay, alright*, які гуморист часто застосовує в кінці речень для позначення діалогу із аудиторією: (22) *The amount of landmass that it takes to raise cattle is astronomical, right?* (LSJ, URL). (23) *And it's important to note that the 60 people that remained weren't all fans, okay?* (LSD, URL).

Для стилю мовлення Деніела Слосса характерним постає активне використання сленгу та вульгаризмів. Прикладами сленгового вживання в дискурсі стендап-виступів коміка можна назвати такі слова та вирази, як *go mental* 'біситись', *hip* 'крутий', *banter* 'теревеньки', *snappy* 'дотепний', *cowinkydink* 'суцільна випадковість'.

У мовленні Деніела Слосса також широко використовуються усталені лексико-граматичні конструкції *sort of, kind of, a bit, you know, guess what* та ін., за допомогою яких процес спілкування значно полегшується: (24) *You know, one of those relationships where you kind of just fall out of love with the person* (LSJ, URL). (25) *But then by the end of the series, guess what. They were wrong!* (LSJ, URL).

Поряд із лексичними особливостями в тексті також потрібно виділити граматичні. Граматика дуже часто змінюється у розмовному спілкуванні, багато конструкцій спрощуються. Серед основних відмінних рис англійського розмовного мовлення виділяються такі: опущення чи еліпсис, різні види емоційного порядку слів, скорочення тощо.

Скорочення – явище досить звичне для розмовного мовлення, хоча вже стало загальноприйнятою нормою. Уживання скорочених форм не суперечить загальноновстановленим граматичним правилам. Серед часто вживаних форм можна виділити *isn't, don't, can't, haven't* та ін. (26) *All I'm saying is if you're finding it hard to laugh at this routine, it's because deep down you don't love the person you're with* (LSJ, URL).

Еліпсис дуже популярна особливість в розмовному мовленні, тому що «заощаджує» слова і робить мовлення більш швидким. Еліпсис в англійській мові означає опускання слів у мовленні, якщо значення висловлювання при цьому зберігається: (27) *Say what you like about Hitler. Passionate man [Hitler]. [Passionate] About the wrong things. Yes, we can all agree, [passionate about] the wrong things, but passionate nonetheless, like a true artist* (LSJ, URL). (56) *America the beautiful. [America] One big transcontinental commercial cesspool* (DA, URL).

Для англійської мови є дуже важливим порядок слів. Зазвичай він прямий: підмет, присудок і другорядні члени речення, причому ця норма дотримується як у письмовому, так і в усному мовленні. Тим не менш, існують конструкції, в яких порядок слів змінюється. Це називається емоційним порядком слів, коли другорядні члени речення стоять у незвичних для них позиціях: (28) *Under no circumstance tell that joke in Indiana* (LSD, URL). (29) *But I do respect your right to be wrong in public* (LSJ, URL).

У дискурсивному мовленні коміка слід зазначити активне вживання інверсій. Наприклад, для плавного переходу на іншу тему Деніел Слосс говорить: (34) *Not only does the news confuse me, people who watch the news confuse me* (ODBV, URL). – Але мене бентежать не тільки новини, а й люди які їх дивляться. У той же час при перекладі інверсія опускається, будучи заміненою звичайним розташуванням слів.

Також Деніел Слосс застосовує інверсії для наголошення своєї точки зору: (35) *At no point do I actually have to respect your beliefs* (LSD, URL). – Я ні в якому разі не зобов'язаний поважати ваші вподобання.

При переказах у мовленні Деніела Слосса спостерігається стійка тенденція до використання Past Indefinite: (30) *For those of you who didn't see the show...* (LSJ, URL). (31) *And this was the whole bit, this was the main exhibit, he just got a big bucket of black paint, threw it at the canvas, smeared it around and then put in two little splashes of red paint* (LSJ, URL).

Отже, проаналізувавши дискурсивні особливості мовлення Деніела Слосса, можна виділити їх роль та функції у побудові його мовного портрету. Сутність розмовних особливостей полягає у побудові дискурсивного портрета коміка, якого можна описати як молодого освіченого хлопця із специфічним почуттям гумору, який не соромиться виглядати дурнішим ніж він є насправді для посилення ефекту комічності у певних його історіях, та який використовує побутовий та розмовний дискурси у своїх виступах для створення більш дружньої атмосфери із тою соціальною групою, яка відвідує його концерти.

Говорячи про функції, які виконують дискурсивні особливості у стендап-виступах Деніела Слосса, можна виділити такі:

- занурення реципієнта у особливий внутрішній світ коміка шляхом використання певної лексики;
- створення водночас специфічної та невимушеної атмосфери під час перебування на стендап-виступах Деніела Слосса, що утворює певну «емоційну гойдалку», яка неупинно впливає на реципієнта.

Зауважені дискурсивні особливості мовлення Деніела Слосса у жанрі стендап-камеді мають велике значення, оскільки допомагають коректно передати загальний настрій та атмосферу виступу, його основну ідею, а також створити комізм, виходячи з наявних реалій.

Переклад гумористичних та іронічних елементів стендапів є досить важким аспектом. Це пов'язано з тим, що гумор та іронія залежать від культурних, соціальних та мовних особливостей, і їх відтворення в іншій мові може бути складним завданням. Необхідно враховувати різні типи гумору, такі як вербальний гумор, ситуативний гумор, пародію, сарказм, сатиру та чорний гумор [12: 35]. Кожен з цих типів має свої особливості та може потребувати особливого підходу під час перекладу.

Щоб успішно передати гумор та іронію в перекладі, потрібно мати глибоке розуміння іноземної мови та культури, оскільки гумор часто ґрунтується на культурно-специфічних реаліях. Окрім того, необхідно звертати увагу на можливість виникнення непорозумінь або негативного сприйняття гумору та іронії з боку цільової аудиторії. Це може бути зумовлено культурними, релігійними, політичними або іншими відмінностями, що вимагають особливої уваги.

Висновки до розділу 2

1. Фонетико-стилістичні засоби мовного портретування є важливим аспектом при перекладі англомовних телешоу. До таких засобів відносять акцент, інтонацію, артикуляцію, ритм та темп мовлення. Фонетико-стилістичні засоби у стендап-виступі допомагають передати правильну атмосферу такого виступу, емоції гумориста, краще зрозуміти подану ситуацію. Тому для перекладача важливо правильно передати такі мовні засоби з оригінального тексту для збереження автентичності та комічності стендапу. Важливим є акцентувальний ефект виступів, який може проявлятися прислівниками-інтенсифікаторами (*so, fatally, hugely*), синонімами (*majestic – beautiful*), повторами (*what if*).

2. Труднощі при передачі лексико-семантичних засобів при перекладі англомовних телешоу може полягати у їх специфічності або ж навіть відсутності певного слова в українській мові через розбіжності в культурах, вподобаннях, поглядах. Труднощі, зокрема, можуть виникнути із спеціалізованою термінологією, соціолектами (*cowinkydink*), неологізмами (*stabby, wanker-anchor*), ідіомами (*cry one's eyes out, die laughing, by any stretch*), фразеологічними одиницями, синонімами (*blessed – gifted – had – diagnosed*) та антонімами, метафорами, порівняннями.

Необхідно враховувати культурні відмінності одного соціуму та брати до уваги інший [соціум], щоб забезпечити точну передачу лексико-семантичних мовних засобів для правильної передачі як змісту жарту, закладеного гумористом, так і правильного подальшого розуміння такого жарту українською аудиторією.

3. Питання передачі морфолого-синтаксичних засобів мовного портретування може ускладнюватися через відмінності мови оригіналу та перекладу на рівні часових форм дієслів або ж послідовності слів у реченнях. При перекладі стендап-виступів необхідно враховувати такі відмінні риси англійської мови як опущення, емпатичний порядок слів (*under no circumstance..., ...I do respect...*), скорочення (*I'm, it's, don't, you're*).

РОЗДІЛ 3. ПЕРЕКЛАД АНГЛОМОВНИХ ТЕЛЕСХОУ: АДАПТАЦІЯ ДО УКРАЇНСЬКОЇ АУДИТОРІЇ

3.1. Структурно-граматичні особливості відтворення засобів мовного портретування сучасного соціуму у перекладі англомовних телешоу

Перекладацька адаптація є важливим аспектом перекладу англомовних телешоу на українську мову, оскільки вона допомагає забезпечити зрозумілість та культурну адекватність перекладеного матеріалу для української аудиторії.

Також важливою складовою перекладацької адаптації є збереження авторського стилю та індивідуальності гумориста. Це може передбачати роботу над передачею манери мовлення, характерних виразів та особливостей лінгвістичної поведінки. Це дозволить забезпечити автентичність перекладу та забезпечити належне віддзеркалення характеру та особистості учасників у процесі мовного портретування.

Проаналізуємо основні стратегії перекладацької адаптації вербальних засобів соціального портретування учасників англомовних телешоу. Переклад мовлення учасників англомовних телешоу було виконано автором дослідження.

Грамматичні трансформації полягають у перебудові структури слова, словосполучення, речення в процесі перекладу згідно з нормами мови перекладу. Трансформація може бути повною або частковою залежно від того, чи змінюється структура трансформованої одиниці повністю або частково. Окрім заміни членів речення можуть замінюватися і частини мови. Частіше за все це відбувається одночасно [21:1].

Сукупність граматичних перекладацьких трансформацій представлена такими основними різновидами: компенсація; зміна порядку слів у реченні; поділ (внутрішній; зовнішній); інтеграція (внутрішня; зовнішня), заміна (субституція) [28: 25-26].

Для аналізу перекладацьких трансформацій було використано матеріали виступів сучасних американських стендап-коміків: Еллен Дедженерес, Джорджа Карліна, Деніела Слосса та Габріеля Іглесіаса.

Розглянемо закономірності перекладу наступного фрагменту із стендап-виступу Джорджа Карліна: (46) *Nitwits, assholes, fuck ups, scumbags, jerk offs and dipshits. And they all vote* (DA, URL).

У наведеному прикладі Джордж Карлін вдається до їдкої сатири, висміюючи неприємну для нього, як американця, ситуацію, в якій опинилося американське суспільство. Болючим для нього є той факт, що паралельно із інтелектуальною деградацією соціуму найгірші його представники зберігають право голосувати на виборах. Пропонуємо такий варіант перекладу зазначеного фрагмента українською мовою: – Недоумки, придурки, кретини, покидьки та прості дурні: і всі вони мають виборчі права.

Спочатку звернімо увагу на переклад однорідних членів аналізованого речення: *nitwits, assholes, fuck ups, scumbags, jerk offs and dipshits*. Зауважимо, що Джордж Карлін у цьому випадку вдається до послугування лексикою, що перебуває на межі цензурності, тому нами було обрано такий варіант її відтворення в україномовному перекладі, який дозволив би узагальнити значення вжитих лексем, запобігаючи при цьому можливій образі почуттів реципієнтів. Тому нами запропоновано варіант перекладу ‘Недоумки, придурки, кретини, покидьки та прості дурні’, що містить грубі, проте відносно нейтральні лексеми на позначення недостатньо інтелектуально розвинених, на думку Джорджа Карліна, осіб. У цьому випадку було використано можливості такого різновиду лексико-семантичних перекладацьких трансформацій, як генералізація значення.

Далі звернімо увагу на фрагмент *And they all vote*. Тут Карлін іронічно наголошує, що всі представники «інтелектуальної більшості», перераховані ним перед цим, мають право брати участь у виборах, що, на думку коміка, аж ніяк не мотивується рівнем їхнього розумового розвитку. На нашу думку, американський гуморист у наведеному реченні все-таки акцентує увагу не на тому, що американські дурні беруть участь у виборах, а критикує саме їхнє право брати в них участь. Тому вважаємо, що в цьому випадку доречним буде використання такого різновиду лексико-семантичних перекладацьких

трансформацій, як номіналізація вихідного значення ‘виборчі права’. Таким чином, якщо в оригінальному тексті констатація Карліна побудована на дієслівній основі, то в українському перекладі її основою стає вже іменна структура. Також пропонуємо використати до зазначеного фрагмента таку граматичну трансформацію як інверсія.

Розглянемо закономірності перекладу наступного фрагменту із стендап-виступу Джорджа Карліна: (48) *Well, they think it's JUST FUCKING DANDY!* (DA, URL). В аналізованому фрагменті Джордж Карлін гостро критикує панівну серед американців, що були його сучасниками, споживацьку культуру, яка змушує їх щиро радіти, коли найкрасивіші природні зони країни забудовують торгівельними центрами. Про один із таких випадків Карлін говорить і в цьому реченні, відтворюючи за допомогою спеціальних мовних засобів усю глибину захоплення пересічним американцем з приводу нового побудованого торговельного центру. Пропонуємо такий варіант перекладу зазначеного фрагмента українською мовою: – Та вони думають, що є бісовими красунчиками, яким у житті пощастило.

Виокремлюємо та залучаємо до аналізу такий компонент речення, як *it's JUST FUCKING DANDY*. На нашу думку, в цьому випадку доречним буде уживання одразу кількох типів лексико-семантичних перекладацьких трансформацій. Так, зокрема, англomовна лексема *fuckin* в українському перекладі може бути замінена менш негативно забарвленим, проте не менш експресивним варіантом ‘бісів’. Відтак, застосовується варіантний відповідник для передачі контексту оригіналу та пом'якшення тексту перекладу для україномовної аудиторії.

Іменник *dandy* загалом є знайомим для української культури та засвоєним нею. Проте, на нашу думку, доречним буде його заміна за допомогою суто українського відповідника ‘красунчик’, відтак, відбуватиметься доместикація запозиченого терміна словом, яке за значенням охоплює практично той самий семантичний обсяг, що й оригінальна лексема.

Також пропонуємо доповнити перекладний варіант аналізованого речення, додавши до нього компонент ‘яким у житті пощастило’. Шляхом цього додавання можна суттєво розширити контекст, аби не вдаватися до додаткових пояснень іронізування Джорджа Карліна над любителями торговельних центрів і шопінгу в них. У цьому випадку послуговуємося таким типом лексико-семантичних перекладацьких трансформацій, як декомпресія.

Розглянемо закономірності перекладу наступного фрагменту із стендап-виступу Джорджа Карліна: (50) *Because everything in this country is king size. King size, extra-large and SUPER JUMBO* (DA, URL).

У наведеному фрагменті Джордж Карлін іронізує над гігантоманією американців, у яких усе має бути найбільшого розміру. Тут він розглядає можливі розміри одягу, найпопулярніші серед співвітчизників, і робить невтішні висновки стосовно цього.

Пропонуємо такий варіант перекладу зазначеного фрагмента українською мовою: – Тому що все в цій країні – найбільшого розміру: кінгсайз, оверсайз та чохол для танка. На нашу думку, в цьому випадку доречним буде уживання одразу кількох типів лексико-семантичних перекладацьких трансформацій. Так, зокрема, у реченні *Because everything in this country is king size* за умови дослівного перекладу або використання можливостей транскодування існує ризик тавтологічного вживання, адже наступне речення так само починається зі словосполучення *king size*. Відтак, доречним для перекладу зазначеного словосполучення в першому реченні вважаємо використання такої лексико-семантичної перекладацької трансформації, як описовий переклад ‘найбільшого розміру’. Попри те, що загальна розмірна сітка, актуальна для західного суспільства, є відомою та засвоєною в українській культурі, описовий переклад у цьому випадку дозволяє уникнути тавтології й адекватно передати сенс повідомлення.

У наступному реченні *King size, extra large and SUPER JUMBO* пропонуємо такі варіанти відтворення назв популярних серед американців розмірів одягу в українському перекладі. Словосполучення *king size* може бути перекладене за

допомогою такого типу лексико-семантичних трансформацій, як транскрипція, себто відтворення оригінальної звукової структури слова ‘кінгсайз’. Словосполучення *extra large* може бути перекладене за допомогою такого типу лексико-семантичних трансформацій, як контекстуальна заміна ‘оверсайз’, адже саме така лексема на позначення великих розмірів одягу є вельми популярною в українській культурі. У випадку ж із словосполученням *SUPER JUMBO* є сенс розглянути етимологію цього виразу, внаслідок чого можна з’ясувати, що Джордж Карлін вживає це сполучення із іронією, адже так називався один із найвідоміших танків, що перебували на озброєнні в збройних силах США. Відтак, доречним у цьому випадку буде послугування можливостями контекстуальної заміни ‘чохол від танку’, адже саме таке визначення є достатньо популярним в українській культурі для позначення надвеликих розмірів одягу, призначених для людей із надмірною повнотою.

Розглянемо наступний фрагмент зі стендап-виступу Габріеля Іглесіаса: *Country music knows when you're sad. Country music knows when you're weak. Country music knows when you're vulnerable and you need something to fill the void.* (SF, URL). У наведеному фрагменті актор використовує повторення, щоб наголосити своїй аудиторії який ефект може мати такий стиль музики як кантрі на людей із «розбитим серцем».

Стиль кантрі досить поширений в Україні, тому вважаємо, що для перекладу можна застосувати стратегію транскодування. Також можливе об’єднання простих речень задля уникнення тавтології в перекладі, що не змінить оригінальний зміст фрагмента. Пропонуємо такий варіант перекладу: – Музика кантрі знає, коли тобі сумно, коли ти безсилий. Вона знає, коли ти вразливий – тобі потрібно те, що заповнить цю порожнечу.

Отже, найпоширенішими граматичними стратегіями відтворення засобів мовного портретування сучасного соціуму у перекладі англомовних телешоу стала використання заміни, інтеграції та зміни порядку слів.

Більш детально частота застосування граматичних трансформацій при перекладі виступів англомовних стендап-коміків українською мовою представлена у рис. 3.1.



3.2. Лексико-семантичні стратегії відтворення засобів мовного портретування сучасного соціуму у перекладі англомовних телешоу

Лексико-семантичному рівню в перекладі зазвичай відводять найпочесніше місце. Аби бути компетентним у лексичному аспекті перекладу, перекладач повинен володіти глибокими знаннями іншомовного слововживання, аби аргументувати доречність уживання тієї чи іншої лексеми у мові оригінального та перекладного тексту.

У дослідженні закономірностей перекладу ми послуговуємося класифікацією перекладацьких трансформацій, розробленою Л. П. Науменко та А. Й. Гордєєвою. Згідно з цією класифікацією, сукупність лексико-семантичних трансформацій представлена такими провідними різновидами: вибір варіантного відповідника; контекстуальна заміна; калькування; описовий переклад; транскодування (транслітерація; транскрипція; мішане; адаптивне); антонімічний переклад (негативація; позитивація; анулювання двох негативних

компонентів); компресія; декомпресія; пермутація / перестановка слів; транспозиція; конкретизація значення; генералізація значення [28: 4-5].

На лексико-семантичному рівні формально-змістові трансформації мають два плани вираження: денотативний і конотативний. Денотативний план на лексичному рівні пов'язаний із понятійно-логічним ядром значення, відтак, формально-змістові трансформації в перекладі є словниковими відповідниками лексем, що отримують у мові перекладу набір сем, що неоднаковим із вихідною одиницею та актуалізується контекстом повідомлення [2: 35].

Конотативні трансформації згідно з новітньою класифікацією можна диференціювати на оцінно-емотивні, експресивні та функціонально-стилістичні. Результатом таких трансформацій постає добір міжмовних синонімічних відповідників, що відрізняються відтінками значень – емотивних, експресивних та функціонально-стилістичних [2:37].

Розглянемо закономірності перекладу фрагменту із стендап-виступу Деніела Слосса: (36) *We are sitting there giggling and Jean comes upstairs and goes: “Oh! Well, I’m clearly missing something!” – “Yeah, a father!” I fucking nailed it!* (LSD, URL).

У мовленні Деніела Слосса часто зустрічаються емоційні сленгові та розмовні слова. У своєму виступі він говорить, що навіть у таких випадках, як смерть близької людини, є місце гумору. Головне – підгадати доречну мить для цього, щоб вийшло справді смішно, а не здавалося схожим на буллінг. Він наводить приклад із своєю подругою, у якої, на той час, помер батько і вона більшість часу перебувала на іншому поверсі їх квартири в жалобі. Але одного разу, коли вона піднялась наверх, то побачила Деніела з другом, які заливалися з чогось сміхом, що її дуже розгнівало. Пропонуємо такий варіант перекладу: – I от ми сидимо й сміємось, і тут піднімається Джина і роздратовано говорить: «О! Я явно щось прогледіла?!» - «Так, батька!» Ох, я поцілив у самісіньке яблучко!

Сленговий вираз *nail it* наділений значенням ‘гарно із чимось впоратися’, ‘перемогти’. У перекладі пропонуємо застосувати контекстну заміну і використати більш сленговий варіант значення ‘поцілити в яблучко’.

Прислівник-інтенсифікатор *fucking* пропонуємо опустити в даному реченні. Також пропонуємо скористатися у даному випадку такою перекладацькою трансформацією як декомпресія, і додати вигук ‘ох’ та прикметник ‘самісіньке’ для збереження і передачі емоції задоволеності коміка при перекладі.

Розглянемо закономірності перекладу фрагменту із стендап-виступу Еллен Дедженерес: (39) *Yep, unemployment is a side effect. That is definitely... I lost my sitcom when I came out and... It's not like nobody warned me* (R, URL).

У наведеному фрагменті Еллен Дедженерес описує свій досвід оголошення про власну гомосексуальність, а також наслідки, до яких призвів цей виступ комедіантки. Стендап-артистка відзначає, що одним із таких наслідків стала втрата роботи, якій вона присвятила багато років, зокрема, успішної ролі в ситкомі. Акторка підкреслює, що такий підсумок здійсненого камінг-ауту не був для неї неочікуваним, проте акцентує увагу реципієнтів на всій абсурдності ставлення до публічної гомосексуальності ще декілька років тому.

Аналізований фрагмент містить указівки на окремі реалії американського та західного життя загалом, які лише нещодавно почали свою реалізацію в українській культурі. Тому під час перекладу зазначених реалій перекладачеві було необхідно зберігати максимальну уважність, аби адаптувати їх максимально доступно й без втрати змісту для україномовного реципієнта. Пропонуємо такий варіант перекладу зазначеного фрагмента українською мовою: Так, втрата роботи є побічним ефектом. Це точно... Я втратила свій ситком, коли зробила камінг-аут. і... Не те, щоб мене ніхто не попереджав.

Перша із виокремлених реалій – втрата роботи – є відносно типовою для української культури, де вона представлена і сприймається приблизно так само, як і в культурі американській, представницею якої є Еллен Дедженерес. Проте в оригінальному тексті функціонує іменник із загальнішим значенням – *unemployment*, який позначає безпосередньо безробіття як відсутність поточної активності людини як особи, що має постійне або тимчасове робоче місце.

Вважаємо очевидним те, що Еллен Дедженерес у своєму виступі говорить не про абстрактне безробіття, а саме про втрату роботи внаслідок зробленої

публічно заяви про власну гомосексуальність. Тому в цьому випадку вважаємо за потрібне вдатися до використання такої лексико-семантичної перекладацької трансформації, як конкретизація значення. Послугування цією стратегією при перекладі, на нашу думку, дозволяє зберегти первинний контекст аналізованого фрагменту тексту стендап-виступу Еллен Дедженерес, підкреслюючи, що описується саме 'втрата роботи', а не 'безробіття'.

Наступна реалія, покликання на яку містить текст виступу Еллен Дедженерес, виражена словом *sitcom*. Ідеться про жанрову форму комедійного фільму, або частіше серіалу, об'єднану наявністю постійних дійових осіб, а також спільного місця дії. Е. Дедженерес здобула популярність у тому числі й як акторка ситкомів, тому згадка про зазначений жанр кіновиробництва є актуальною в її стендап-виступі.

Фрагмент *I lost my sitcom* пропонуємо перекласти за допомогою такого різновиду лексико-семантичної перекладацької трансформації, як транскодування. Цей вибір зумовлений тим фактом, що ситком як жанрова форма досить успішно адаптований українськими кіновиробниками, відтак, є добре знайомим вітчизняному реципієнтові, який не потребує додаткових пояснень значення наведеного слова. У цьому випадку доречним виглядає використання такого підтипу транскодування, як транслітерація, адже оригінальна графічна форма англійського слова адаптується до умов української мови за допомогою притаманних їй засобів, а звучання перекладного слова набуває додаткових особливостей порівняно зі звучанням слова оригінального.

Звернімо увагу на фрагмент *when I came out*, що є достатньо проблемним для україномовного перекладу з точки зору відсутності повного граматичного відповідника конструкції *to come out*. Зазначена конструкція в англійській мові є багатозначною, її основним значенням є вихід особи з певного приміщення. Проте очевидно, що в дискурсі Еллен Дедженерес ідеться про акт відкритого та добровільного зізнання комікині у власній нетрадиційній сексуальній орієнтації.

На нашу думку, в цьому випадку немає причин удаватися до використання описового чи конкретизаційного перекладу, адже реалія, про яку йдеться, не є

абсолютно новою для українського суспільства, і вітчизняний реципієнт зможе зрозуміти про що йдеться у виступі американської комедіантки. Проте через розбіжності у граматичній структурі англійської та української мов у останній відсутнє дієслово на позначення дії ‘зробити камінг-аут’.

Відтак, пропонуємо перекласти цей фрагмент, додавши до контексту на позначення згаданої дії українське дієслово ‘зробити’, подібним чином послугувавшись такою лексико-семантичною трансформацією, як декомпресія: ‘зробила камінг-аут’. У цьому випадку використання декомпресії також поєднується із залученням можливостей транспозиції, а саме номіналізації, адже в оригінальному тексті аналізований фрагмент є показово дієслівним за своєю основою, а при перекладі описувана дія номіналізується.

Розглянемо закономірності перекладу наступного фрагменту зі стендап-виступу Еллен Дедженерес: (40) *The one thing people get really upset about is when they find out I'm vegan* (R, URL).

У цьому фрагменті Е. Дедженерес звертає увагу своїх слухачів на те, наскільки неадекватною є реакція пересічних людей на елементарні побутові звички знаменитостей. Як приклад американська комікиня наводить власну приналежність до харчової субкультури веганів – себто людей, які повністю відмовляються від споживання продуктів тваринного походження. Еллен Дедженерес щиро здивована тим, наскільки багато уваги приділяється цим, здавалося б, дрібницям, що йде врозріз із таким ключовим правом людини, як право на те, аби самостійно обирати що-небудь у власному житті.

Пропонуємо такий варіант перекладу зазначеного фрагмента українською мовою: – Люди дуже засмучуються, коли дізнаються, що я – веган.

На нашу думку, в цьому випадку немає причин удаватися до використання описового чи конкретизаційного перекладу, адже реалія, про яку йдеться, не є абсолютно новою для українського суспільства, і вітчизняний поціновувач творчості Еллен Дедженерес цілком може зрозуміти, про що йдеться у виступі американської комедіантки. Ідеологія веганства, або ж відмови від споживання продуктів тваринного походження, набуває наразі в Україні значного

поширення, тому англomовну лексему *vegan* можна легко відтворити за допомогою української графіки без жодної втрати сенсу ‘веган’. У цьому випадку доречним виглядає використання такого підтипу транскодування, як транслітерація, адже оригінальна графічна форма англійського слова адаптується до умов української мови за допомогою притаманних їй засобів.

Розглянемо закономірності перекладу наступного фрагменту зі стендап-виступу Еллен Дедженерес: (41) *Is Ellen wearing a necklace? It's very delicate. She may not be gay anymore, I don't know. Does she still have the cats? She may not be gay* (R, URL).

У фрагменті стендап-виступу, залученому до аналізу, Еллен Дедженерес знову торкається теми, що є однією з провідних у її гумористичних шоу – проблеми сприйняття суспільством особистості, що має нетрадиційну сексуальну орієнтацію. Комедіантка іронічно описує поведінку тих її фанатів, яких зізнання Дедженерес у власній гомосексуальності застало зненацька, а також їхні спроби «нормалізувати» постать Еллен у своєму сприйнятті.

Пропонуємо такий варіант перекладу зазначеного фрагмента українською мовою: – Чи носить Еллен намисто? Яке воно витончене. Можливо, вона й не лесбійка вже. У неї ще є коти? Вона може й не бути лесбійкою.

Виконуючи переклад зазначеного фрагменту, ми звернули увагу на функційність у оригінальному тексті лексеми *gay*. В англійській мові вона використовується для того, аби позначати кожну особу, що має гомосексуальну орієнтацію, поза залежністю від її гендерного самовизначення або різновиду гомосексуальності, що їй притаманна. Проте переклад цього поняття шляхом використання омофонного до нього слова ‘гей’, що наявне в українській мові, постає в зазначеній ситуації неправомірним через наявність розбіжностей у значенні. Так, якщо в англійській мові *gay* може позначати як чоловіка, так і жінку, що є гомосексуальними, то в українській мові словом ‘гей’ позначається виключно чоловік, який виявляє сексуальний інтерес до інших чоловіків та практикує з ними гомосексуальні відносини.

Відтак, для перекладу лексеми *gay*, вжитої в оригінальному англomовному тексті, ми пропонуємо послуговуватися можливостями антонімічного перекладу та використати слово ‘лесбійка’, за допомогою якого в українській мові позначають жінку, що виявляє сексуальний інтерес до інших жінок та практикує із ними гомосексуальні відносини. Подібний вибір лексико-семантичної стратегії антонімічного перекладу зумовлений протиставленням лексем *gay*/гей та лесбійка на рівні гендерної семантики. Еллен Дедженерес визначає себе саме як лесбійку, тобто будь-які розбіжності з контекстом її стендап-виступів у зазначеному випадку відсутні, тому обраний спосіб перекладу є цілком коректним.

Розглянемо закономірності перекладу наступного фрагменту зі стендап-виступу Еллен Дедженерес: (42) *Some of the restaurants are trying to figure out how to help vegans. There's not a lot of option at most restaurants. But the fine dining* (R, URL).

В обраному для перекладу фрагменті спостерігаємо, як Еллен Дедженерес іронізує над рівнем адаптації закладів суспільного харчування до потреб веганів, до яких артистка відносить, у тому числі, й себе. Вона зазначає, що попри те, що дедалі більша кількість людей обирає для себе веганське харчування, зміни у ресторанній сфері звелися до того, що лише окремі заклади вдалися до розробки спеціального веганського меню, а інші не спромоглися зробити навіть цього, натомість актуалізуючи у своїй пропозиції страви високої кухні. Комікиня з іронією ставиться до цього становища, вбачаючи в ньому вияв лицемірства з боку власників ресторанів та приховано їх критикуючи.

Пропонуємо такий варіант перекладу зазначеного фрагмента українською мовою: – Деякі ресторани намагаються розробити особливе меню для веганів. У більшості ресторанів варіантів не так багато, крім ресторанів високої кухні.

Спершу звернімо увагу на переклад конструкції *to figure out how to help*, ужитої Еллен Дедженерес для характеристики ситуації, коли власники ресторанів змушені йти назустріч своїм клієнтам, які є веганами, та розробляти для них спеціальне меню, додаючи до нього веганські страви. Слід зауважити,

що в оригінальному тексті комікня описує цей процес як намагання, якщо здійснювати дослівний переклад, ‘зробити щось, аби допомогти веганам’.

На нашу думку, таке формулювання в перекладі виглядатиме досить розмитим і змістить наголоси від актуалізованої Еллен Дедженерес проблеми вбїк. Тому пропонуємо при перекладі конструкції *to figure out how to help* залучити можливості такого різновиду лексико-семантичних перекладацьких трансформацій, як конкретизація, й відтворити її зміст в україномовному перекладі таким чином ‘розробити особливе меню’. У разі вибору цього варіанту перекладацької стратегії пересічному україномовному реципієнтові буде однозначно зрозуміліше, що саме роблять американські ресторани, аби допомогти клієнтам-веганам.

Далі розглянемо іншу конструкцію з цього ж речення: *There’s not a lot of option at most restaurants. But the fine dining*. Звернімо увагу на вираз *fine dining*. Послуговуючись ним, Еллен Дедженерес будує протиставлення звичайних ресторанів, недоступних для веганів, оскільки в їхньому меню відсутні веганські страви, і дорогих ресторанів, що включають такі страви до меню. Таким чином, аби спожити веганську їжу, прихильники цього способу життя мають постійно переплачувати, оскільки доречні для них позиції є лише в дорогих ресторанах.

У цьому випадку для перекладу словосполучення *fine dining* пропонуємо використати такий різновид лексико-семантичної трансформації, як вибір контекстуальної заміни. Ця заміна відбувається за допомогою знайомого та адаптованого до вимог української мови й культури виразу ‘висока кухня’, за допомогою якого прийнято позначати кухню вишуканих ресторанів та розкішних готелів, у якій провідна увага надається ретельній підготовці та видовищній презентації страв. Саме про такі ресторани та їхню кухню і йдеться у виступі Еллен Дедженерес.

Розглянемо закономірності перекладу наступного фрагменту зі стендап-виступу Еллен Дедженерес: (43) *Some of the nicer restaurants have the bathroom attendants in there which is a...* (R, URL).

У цьому фрагменті стендап-виступу Еллен Дедженерес ідеться про іронію над ресторанами, які настільки перейняті прагненням позиціонувати себе як заклади для представників найвищого класу, що насичують свій штат численними співробітниками, присутність яких у ньому не завжди є виправданою. Як приклад такої ситуації американська комедіантка наводить посаду особливих туалетних співробітників, які мають надавати послуги відвідувачам подібних ресторанів.

Пропонуємо такий варіант перекладу зазначеного фрагмента українською мовою: У деяких дорогих ресторанах є окремі люди, які доглядають за чистотою в туалетних кімнатах ...

Спершу звернімо увагу на лексему *nicer*. У контексті стендап-виступу Еллен Дедженерес цей прикметник має значення ‘кращий’ та є частиною порівняльної конструкції, за допомогою якої авторка здійснює зіставлення ресторанів. Проте, на нашу думку, замість калькування авторської лексеми в наведеному випадку доречніше буде виконати переклад за допомогою контекстуальної заміни. Оскільки американська комедіантка говорить про ресторани з точки зору вартості страв у них, кращим буде використання такого різновиду лексико-семантичної трансформації, як контекстуальна заміна ‘дорогий’. Попри те, що кращий не є синонімом до дорогого, обраний нами варіант є більш виправданим з точки зору контексту повідомлення.

Далі розглянемо особливості перекладу словосполучення *bathroom attendants*. В англійській мові воно використовується, аби назвати особу, до посадових обов’язків якої входить комплексний догляд за чистотою й порядком у туалетній кімнаті, зокрема, її миття, своєчасна заміна туалетного паперу, паперових рушників, отримання оплати за послуги туалету, подача відвідувачам рушника або мила тощо. В українській мові відсутнє слово на позначення таких осіб, тому в наведеному випадку ми вважаємо доцільним звернутися до можливостей такого різновиду лексико-семантичної трансформації, як описовий переклад ‘люди, які доглядають за чистотою в туалетних кімнатах’. Подібний

варіант перекладу, на наш погляд, здатний зробити зазначену реалію зрозумілою для пересічного україномовного реципієнта.

Розглянемо закономірності перекладу наступного фрагменту зі стендап-виступу Еллен Дедженерес: (44) *When I'm in traffic, here's the thing* (R, URL). У наведеному фрагменті американська комедіантка розповідає про свою любов до швидкої їзди. При цьому вона актуалізує численні історії, що трапилися із нею, коли вона перебувала за кермом. – Коли я в дорозі, трапляється таке.

Звернімо увагу на сполучення *in traffic*. На нашу думку, замість калькування авторської лексеми ‘у русі’ в наведеному випадку доречніше буде виконати переклад за допомогою контекстуальної заміни. Оскільки Еллен Дедженерес говорить про пересування за кермом, то обраний нами варіант є достатньо виправданим з точки зору контексту повідомлення. Використання контекстуальної заміни пропонуємо також застосувати до другої частини речення, оскільки далі гумористка наводить приклад того, що з нею трапляється коли вона в дорозі. Тому, враховуючи увесь контекст, пропонуємо *here's the thing* перекласти як ‘трапляється таке’.

Розглянемо закономірності перекладу наступного фрагменту із стендап-виступу Еллен Дедженерес: (45) *I remember, Charlton Heston came to town and I was four years old and everybody was crowding around trying to get a good look at Charlton Heston* (R, URL).

У цьому фрагменті Еллен Дедженерес актуалізує спогад із дитинства, а саме візит відомого американського актора Чарлтона Гестона до рідного міста комедіантки. При цьому слід зауважити, що для американської кінокультури та культури загалом постать зазначеного актора є вельми значущою – так, окрім безпосереднього успіху в кіномистецтві, він був багаторічним очільником американської акторської асоціації, а також брав участь у політичному житті країни. Попри те, що провідні згадки про Гестона залишилися в минулому, а Дедженерес у своїх виступах апелює не лише до власних однолітків, але й до різновікової аудиторії, для американського реципієнта прізвище цього актора не

є незнайомим, адже входить до непроголошеного пантеону видатних діячів культури та мистецтв Сполучених Штатів Америки. Отже, саме тому Еллен Дедженерес не робить уточнювальних ремарок, аби зауважити, про кого йдеться у її стендап-виступі.

Проте при виконанні адаптації тексту цього стендапу до сприйняття українським глядачем перекладач стикається із відчутним браком інформації про Чарлтона Гестона, доступної вітчизняному реципієнтові. Відтак, пропонуємо такий варіант перекладу зазначеного фрагмента українською мовою: – Пригадую, відомий актор Чарлтон Гестон приїхав до мого міста, коли мені було чотири роки, і всі юрбилися навколо, намагаючись добре його роздивитися.

У цьому випадку при перекладі послуговуємося можливостями такої лексико-семантичної перекладацької трансформації, як декомпресія. На наш погляд, українському реципієнтові стендап-виступів Еллен Дедженерес потрібне розширення контексту, яке реалізується за допомогою додавання до імені та прізвища митця, про якого згадує комікиня, конкретизованої прикладки на позначення роду занять зазначеного діяча. Вибір саме цієї перекладацької стратегії зумовлений тим фактом, що ім'я Чарлтона Гестона, попри його відомість і легендарність для американської культури, в українському контексті є маловідомим, адже головні його ролі в кінематографі були зіграні в період Холодної війни між США та СРСР, коли американські фільми не транслювалися на радянському екрані. Відтак, на нашу думку, в самому тексті перекладу постає необхідність лаконічного роз'яснення стосовно того, ким була ця людина, якщо Еллен Дедженерес свідчить про її приїзд як про такий, що зібрав велетенський натовп у її рідному маленькому містечку.

Отже, найпоширенішими лексико-семантичними стратегіями відтворення засобів мовного портретування сучасного соціуму у перекладі англомовних телешоу стали описовий переклад, контекстуальна заміна, вибір варіативного відповідника, транскодування, декомпресія та антонімічний переклад.

Більш детально частота застосування лексико-семантичних трансформацій при перекладі виступів англомовних стендап-коміків українською мовою представлена на рис. 3.2.



3.3. Прагматичний рівень адаптації англомовних стендап-шоу до сприйняття української аудиторії

До прагматичного рівня перекладу належать такі характеристики, як наявність стилістично забарвленої лексики, реалій, кальок, запозичених концептів тощо. Труднощі в цьому випадку можуть виникати, якщо перекладач не вповні володіє стилістичною палітрою тієї мови, з якої виконується переклад, відтак, не здатен розрізнити відтінки значень, що вживаються у різних контекстах [13:74].

Розглянемо закономірності перекладу наступного фрагменту із стендап-виступу Джорджа Карліна: (51) *And in the summertime – God help us – in the summertime they will all want to wear short pants* (DA, URL).

У цьому фрагменті Джордж Карлін акцентує увагу на звичці американців одягати короткі шорти за будь-яких більш-менш теплих погодних умов. Пропонуємо такий варіант перекладу зазначеного фрагмента українською мовою: – А влітку – поможи нам Боже – влітку всі вдягають шорти.

Звернімо увагу на словосполучення *short pants*. В українській культурі слова на позначення вкороченого одягу для ніг балансують від звичних і запозичених з англійської мови шортів до трусів, які, все-таки, більше прийнято приховувати, ніж одягати у людні місця. У даному випадку йдеться про щось середнє між цими предметами одягу, так звані ‘короткі шорти’. Проте з точки зору семантики та етимології обох слів, при виборі на користь такого варіанту перекладу матимемо приховану тавтологію. Тому пропонуємо в цьому випадку послуговуватися можливостями такого різновиду лексико-семантичних перекладацьких трансформацій, як генералізація, тобто звуження первинного значення при перекладі. Відтак, на нашу думку, лексема ‘шорти’ є найкращим варіантом для відтворення семантики згаданого Джорджем Карліном елементу одягу.

Розглянемо закономірності перекладу наступного фрагменту із стендап-виступу Джорджа Карліна: (52) *Everyone in the family has got on a backpack* (DA, URL).

У наведеному фрагменті Джордж Карлін описує культуру літнього відпочинку американців, неодмінною складовою якої є ходіння в походи з наплечниками. Пропонуємо такий варіант перекладу зазначеного фрагмента українською мовою: – Кожен з родини бере по рюкзаку.

На нашу думку, в цьому випадку немає причин удаватися до використання описового чи конкретизаційного перекладу, адже реалія, про яку йдеться, не є новою для українського суспільства, і вітчизняний поціновувач творчості Джорджа Карліна цілком може зрозуміти, про що йдеться у виступі американського коміка. У цьому випадку доречним виглядає використання такого типу лексико-семантичних трансформацій, як вибір варіантного відповідника ‘рюкзак’.

Розглянемо закономірності перекладу наступного фрагменту із стендап-виступу Джорджа Карліна: (53) *These people, these people are efficient, professional, compulsive consumers* (DA, URL).

В аналізованому фрагменті Джордж Карлін гостро критикує американську споживацьку культуру. Про один із таких випадків Карлін говорить і в цьому реченні, відтворюючи за допомогою спеціальних мовних засобів усю сутність явища, яке, на його думку, є шкідливим для американців. Пропонуємо такий варіант перекладу зазначеного фрагмента українською мовою: – Ці люди є ефективними, професійними, компульсивними споживачами.

На нашу думку, в цьому випадку немає причин удаватися до використання описового чи конкретизаційного перекладу, адже реалія, про яку йдеться, не є новою для українського суспільства, і вітчизняний поціновувач творчості Джорджа Карліна цілком може зрозуміти, про що йдеться у виступі американського коміка. Тому у цьому випадку використовуємо тип лексико-семантичних трансформацій, як вибір варіантного відповідника ‘споживач’.

Розглянемо закономірності перекладу наступного фрагменту із стендап-виступу Джорджа Карліна: (54) *It's called the American dream* (DA, URL). Пропонуємо такий варіант перекладу зазначеного фрагмента українською мовою: – Це називається «американська мрія».

Вважаємо, що і в цьому випадку немає причин удаватися до використання описового чи конкретизаційного перекладу, і цілком можна зрозуміти, про що йдеться у виступі американського коміка. Використовуємо такий тип лексико-семантичних трансформацій, як калькування ‘американська мрія’.

Важливою складовою перекладацької адаптації є збереження авторського стилю та індивідуальності гумориста. Ідіоматичні вирази та фразеологізми відіграють важливу роль у створенні соціального портрету. Вони часто мають культурно специфічне значення, яке може бути втрачене під час перекладу на іншу мову.

Розглянемо наступний фрагмент зі стендап-виступу Габріеля Іглесіаса: (100) *You have no idea what that vaccine has to work through in order to have any type of effect whatsoever. It's got to go through years' worth of chorizo, chicharrón, carnitas, carne asada, freakin' hot dogs, bologna, Spam, menudo, caldo de res. It's gotta go through the gauntlet* (SF, URL).

Габріель Іглесіас у своїх стендапах застосовує багато іспаномовних слів та назв. Як можна побачити з його біографії, Габріель народився у штаті Каліфорнія в місті Сан-Дієго, яке межує із Мексикою. Враховуючи, що Сан-Дієго було частиною Мексики до Американсько-Мексиканської війни, це вплинуло на населення міста, в якому на момент 2020 року проживало 29,7 % латиноамериканського населення. Тому досить очевидним є те, що у Г. Іглесіаса є мексиканські коріння, і він розмовляє як англійською, так і іспанською мовами, і застосовує це у своїх виступах, що виділяє його на фоні інших стендап-коміків.

Уважаємо, що українська аудиторія не знайома з усіма видами мексиканської кухні, тому пропонуємо застосувати генералізацію під час перекладу вищезазначеного фрагмента: – Ти уявити собі не можеш через що має пройти вакцина, щоб дати мені хоч якийсь ефект. Їй потрібно протиснутися крізь роки споживання гострої, м'ясної мексиканської їжі. Їй необхідно пройти випробування.

Розглянемо закономірності перекладу наступного фрагменту із стендап-виступу Габріеля Іглесіаса: (55) *Los Angeles, you are looking at the new voice of Speedy Gonzales* (SF, URL).

В аналізованому фрагменті американський комік жартує з приводу власного голосу, обговорюючи перспективу взяти участь у озвучуванні одного з героїв популярного мультиплікаційного фільму.

Пропонуємо такий варіант перекладу зазначеного фрагмента українською мовою: – Лос-Анджелесе, до вашої уваги – новий голос Швидкого Гонсалеса.

Спочатку звернімо увагу на переклад такого конструкту, як *you are looking*. На нашу думку, якщо комік говорить про свій голос та розмірковує про можливу участь у озвучуванні мультфільму, то доречнішим при здійсненні перекладу буде актуалізувати саме звукову, а не візуальну семантику.

При цьому ми усвідомлюємо й виправданість звернення Габріеля Іглесіаса до використання дієслова, пов'язаного з візуальною семантикою, адже його виступ відбувався в концертній залі, перед глядачами. Однак для українського реципієнта, який переглядатиме цей виступ у записі, на нашу думку, доречніше

буде використати можливості такого різновиду граматичних перекладацьких трансформацій, як заміна, внаслідок чого у перекладі цей фрагмент виглядатиме ‘до вашої уваги’.

Наступний компонент аналізованого фрагменту, залучений до аналізу, пов’язаний із артефактами американської культури, зокрема, мультиплікації. Йдеться про такого персонажа, згаданого Габріелем Іглесіасом, як *Speedy Gonzalez*. Це герой популярних мультфільмів, найшвидше мишеня на світі. Додатковий комічний ефект тут створюється завдяки тому, що сам комік, який бере участь у стендап-виступі, є латиноамериканцем за походженням, як і персонаж, про якого він розповідає, запам’ятався американському глядачеві завдяки своєму невитравному мексиканському акценту.

Зазначений персонаж є достатньо відомим українському реципієнтові завдяки здійсненню задовго до його згадки у стендап-шоу Габріеля Іглесіаса україномовним перекладом. Тому пропонуємо комбінований варіант перекладу із використанням кількох різновидів лексико-семантичних трансформацій. Так, зокрема, ім’я *Speedy* цілком можна перекласти за допомогою калькування, внаслідок чого отримуємо прикметник ‘Швидкий’. Подібна адаптація імен персонажів мультфільмів, що вийшли іноземною мовою, є достатньо традиційною для української перекладацької культури. Враховуючи, що творцем персонажа є автор серії мультфільмів про нього, а не комік-стендапер Габріель Іглесіас, подібний підхід є цілком обґрунтованим, адже американський комедіант сам запозичив персонажа для свого виступу з іншого культурного пласту. Натомість, прізвище мультиплікаційного героя перекладаємо за допомогою такого різновиду лексико-семантичної трансформації, як транслітерація ‘Гонсалес’. Подібний перекладний варіант повністю відповідає вимогам української мови, які висуваються до адаптації іспаномовних прізвищ.

Розглянемо переклад наступного фрагменту із стендап-виступу Деніела Слосса: (11) *So my mother scoops up Raggedy Ann (LSD, URL)*. – Тож моя мама загібає до себе ганчір’яну ляльку Енн.

Персонаж Рэггеді Енн досить відомий серед американської аудиторії. Це персонаж із серії дитячих книжок письменника Джона Груела “Raggedy Ann Stories”, які були створені у 1918 році. Лялька Рэггеді Енн увійшла до американської Національної зали слави іграшок у 2002 році. В Україні ставили дитячі вистави за мотивами цих книжок за однойменною назвою, але вважаємо за необхідне уточнити походження Енн, оскільки в Україні цей персонаж не набув такого широкого розголосу. У вищезазначеному фрагменті стендап-виступу таке прізвисько отримала сестра Деніела Слосса, у якої церебральний параліч і вона не може рухатись самостійно. Тому вважаємо за доцільне використати конкретизацію, уточнивши, що мова йде саме про ганчір’яну м’яку ляльку, яку не можна посадити чи поставити у якійсь позі, оскільки вона зроблена із тканини і може тільки лежати.

Отже, за підсумками аналізу адаптації англомовних стендап-шоу до сприйняття української аудиторії можна відзначити необхідність обізнаності перекладача з етимологією іншомовних номінативних одиниць, реаліями іншомовної культури.

Знайомі публіці реалії американської культури не замінюються. Важливо зауважити, що рішення про те, чи знайомий глядач з тією чи іншою культурною реалією, залишається за перекладачем і також складає певні труднощі при виборі стратегії.

Висновки до розділу 3

1. Найпоширенішою граматичною стратегією відтворення засобів мовного портретування сучасного англомовного соціуму при перекладі виступів стендап-коміків стала субституція (використання заміни). Відмінності в часових формах дієслів, відмінковій системі, ступенях порівняння, вживанні чисел роблять таку стратегією найуживанішою з точки зору відповідності граматичним нормам української мови. Перекладач має уміти знайти відповідні аналоги модальним дієсловам, адаптувати емоційно-експресивні маркери для правильної передачі емоційного забарвлення. Успішне відображення емоційних станів та ставлення персонажів в перекладі сприяє передачі глибини сюжету.

2. Найпоширенішими лексико-семантичними стратегіями відтворення засобів мовного портретування сучасного соціуму у перекладі англомовних телешоу стали конкретизація значення, контекстуальна заміна, транскодування, описовий переклад. Використання цих стратегій допомагає адаптувати англомовні тексти максимально доступно та із мінімальними розбіжностями із контекстом стендап-виступу для забезпечення кращого розуміння їх змісту україномовною аудиторією, а також для збереження первинного контексту. Також вищезазначені стратегії допомагають запобігти можливій образі почуттів реципієнтів, уникнути тавтології та адекватно передати сенс жарту.

3. Перекладач має враховувати прагматичний аспект адаптації англомовних стендап-шоу до сприйняття української аудиторії для використання найдоречнішого значення того чи іншого слова, визначення правильного забарвлення змісту репліки. На розсуд перекладача залишається вирішення питання про те, чи достатньо глядач ознайомлений із тією чи іншою реалією англомовної культури при виборі певної перекладацької стратегії.

4. Різні стратегії перекладу можуть використовуватися для досягнення максимальної точності та еквівалентності в перекладі. Перекладачу необхідно володіти відмінними знаннями як мови перекладу, так і оригіналу, бути ознайомленим із культурними та мовними особливостями країни та людей, які там проживають.

При перекладі англомовних стендапів та гумористичного контенту загалом необхідно також враховувати культурні особливості мови перекладу, оскільки стендап-виступи охоплюють різкі, часом обурливі теми, які можуть неправильно сприйнятися іншою культурою. Тому детальне дослідження як соціуму, так і середовища навколо певного соціуму, є вкрай важливим для правильного вибору перекладацьких стратегій.

ВИСНОВКИ

Досліджуючи соціум в рамках соціолінгвістики та перекладознавства, ми можемо ідентифікувати, виокремлювати та угруповувати певні соціальні групи людей за їх вимовою, місцем проживання, частим колом спілкування.

Для адекватного перекладу з іноземної мови необхідно дослідити та проаналізувати якомога більше чинників, які повпливали на вираження саме такої мови адресантом: соціальний статус, вік, освіта, країна народження, економічна та політична ситуація регіону в якому він перебуває.

Перекладачу також необхідно дослідити стиль спілкування та особистість адресанта для належної передачі змісту та основної ідеї розмови.

Правильно визначивши та застосувавши вищезазначені знання можна створити «портрет» певної особистості або «портрет» соціуму – для здобуття уваги певної аудиторії і подачі хорошого матеріалу на телешоу.

Сучасне телебачення заповнене програмами у яких кожен може впізнати себе чи ситуацію, яка трапилася напередодні. У той час, як більшість англійських телешоу вже адаптовані під український соціум та мають українськомовні версії, глядачі не перестають цікавитися іноземними оригіналами таких шоу. Одним із різновидів таких шоу є стендап-виступ, де гумористи чи відомі актори активно використовують засоби портретування сучасного соціуму для завоювання своєї аудиторії прихильників. Для створення невимушеності та кращої виразності стендап-коміки використовують дискурсивні маркери. Для правильної передачі таких маркерів при перекладі важливим є розуміння мовної особистості гумориста та його/її безпосередньої аудиторії.

При перекладі англійських телешоу важливу роль відіграє правильна інтерпретація мовних засобів портретування: фонетико-стилістичних, лексико-семантичних та морфолого-синтаксичних.

Здійснюючи переклад фонетико-стилістичних засобів стендап-виступів, необхідно зберігати атмосферу виступу та передати правильний контекст поданої у виступі ситуації.

Для правильної передачі лексико-семантичних засобів англомовних телешоу має бути врахована диференціація культур. У стендап-виступах коміків, які досить часто висміюють певну культуру, вкрай важливим є одночасна передача змісту оригіналу та його синхронізація із культурою цільової аудиторії.

Необхідно враховувати також і відмінності самої мови оригіналу із її особливостями та специфічним словотворенням, які створюють перепони під час здійснення перекладу.

При аналізі застосування перекладацьких стратегій до прикладів цієї роботи, можна зазначити таке.

Характерні граматичні та лексичні особливості англійської, а також такий жанр як стендап, ставлять перед перекладачем ряд викликів:

1. Дотримання норм української мови при адекватному відтворенні оригіналу.
2. Коректне відображення емоцій при перекладі паралінгвістичних мовних засобів.
3. Зрозуміла передача оригінального змісту жарту без ефекту двозначності (де непотрібно).
4. Опис неіснуючих в українській мові слів і виразів із мінімальним текстовим нагромадженням, але водночас доступністю.
5. Оцінка обізнаності можливої цільової україномовної аудиторії із культурою англомовного соціуму.

Уважаємо, що застосовуючи рекомендації, надані у цій кваліфікаційній роботі, а саме: визначення мовного портрета особистості, аналіз соціуму (цільової аудиторії), дослідження жанру певного телешоу, знання перекладацьких стратегій, – можна забезпечити адекватний, зрозумілий, доступний, недвозначний переклад для україномовного глядача.

Щодо оцінки обізнаності аудиторії із певними культурними особливостями іншомовного соціуму, вважаємо, що доречним може бути опитування носіїв цільової мови щодо конкретних аспектів тої чи іншої культури

для визначення необхідності застосування конкретизації або заміни при перекладі певних культурних моментів соціуму.

У рамках вищезазначеної проблематики пропонуємо дослідження перекладу паралінгвістичних мовних засобів (темп, гучність мови, діалектні та соціолектні особливості, жести, міміка, пози) із подальшою класифікацією таких засобів та можливими варіантами їх передачі на українську мову. На відміну від дискурсивних маркерів, які можуть мати багато значень, паралінгвістичні засоби небагатозначні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антошкіна Л., Красовська Г., Сигеда П., Сухомлинов О. (2007). *Соціолінгвістика: навчальний посібник*. Донецьк: ТОВ «Юго-Восток Лтд».
2. Артеменко Ю.О. (2021). *Курс лекцій з навчальної дисципліни «Загальна теорія перекладу» для студентів денної форми навчання зі спеціальності 035 Філологія освітньо-професійної програми «Германські мови та літератури (переклад включно)» освітнього ступеня «Магістр»*. Кременчук: Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського.
3. Бацевич Ф.С. (2004). *Основи комунікативної лінгвістики: підручник*. Київ: Видавничий центр «Академія».
4. Білозерська Л.П. (2010). *Термінологія та переклад: [навч. посібник для студентів філол. напрямку підготовки]*. Вінниця: Нова книга.
5. Білоконенко Л.А. (2020). *Соціолінгвістика: практикум*. Кривий Ріг: КДПУ.
6. Данилюк, І. (2016). Теоретичні засади і методи лінгвоперсонології. *Лінгвістичні студії: міжнародний збірник наукових праць*, 31, 63-66.
7. Демченко В. М. (2020). Соціолінгвістичний метод як інструмент територіального моніторингу. *Науковий вісник: Державне управління*, 3, 70-86.
8. Загнітко А. П. (2016). Мовна особистість в епістолярному дискурсі: типологія лінгвоіндивідуацій і лінгвоіндивідуалізацій. *Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах*, 33, 58-71.
9. Загнітко А. П. (2014). Мовна ситуація і соціолінгвістичний портрет: структурно- і функційно-типологічні вияви. *Лінгвістичні студії: Збірник наукових праць*, 25, 180-188.
10. Загнітко А. П. (2017). *Теорія лінгвоперсонології: монографія*. Вінниця: Нілан-Лтд.
11. Засекіна Л. В. (2007). Мовна особистість у сучасному соціальному просторі. *Соціальна психологія*, 5 (25), 82-90.
12. Іваницька М. (2012). Структура мовної особистості перекладача художньої літератури як інтердисциплінарна категорія. *Studia linguistica*, 6(2), 151-158.
13. Ігнатова А.О. (2020). *Лінгвопрагматичний потенціал іронічних висловлювань у сучасному англomовному кінодискурсі: лінгвокультурний та перекладацький аспекти* (Магістерська дисертація). Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». Київ.
14. Категорія соціального статусу особи. Відновлено з <https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/monograf/26/6.pdf>
15. Кінтеро О. (2019). *Мовні маркери соціального статусу «бюргер» та специфіка їх перекладу українською мовою (на матеріалі творів Томаса*

- та Генріха Манна) (Кваліфікаційна робота магістра). Київський національний лінгвістичний університет. Київ.
- 16.Кобякова І.К. (2006). Концептуалізація та категоризація гумору. *Вісник СумДУ*, 11 (95), 35-39.
 - 17.Корольов І.Р. (2009). Мовленнєвий жанр і комунікативна ситуація: співвідношення понять. *Studia linguistica: зб. наук. праць*, 3, 130-134.
 - 18.Коткова Л.І. (2017). *Ідіолект Володимира Винниченка: лексико-фразеологічні та стилістичні складники* (Кандидатська дисертація). Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя. Ніжин.
 - 19.Кочерган М.П. (2006). *Загальне мовознавство: підручник*. Київ: ВЦ «Академія».
 - 20.Кравченко Н.К. *Мова і суспільство. Соціолінгвістика*. Відновлено з <https://discourse.com.ua/lekcii/mova-susplstvo-socolngvstika/>
 - 21.*Лекції по перекладознавству*. Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського. Відновлено з <https://studfile.net/preview/9683205/page:6/>
 - 22.Лощенкова І. Ф., Нікішина В.В. (2014). Перекладацькі трансформації як ефективний засіб досягнення адекватності перекладу. *Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Сер. : Філологічні науки*, 3, 102-105.
 23. Лісовський П. М., Лісовська Ю. П. (2017). *Персонологія: специфіка, структура, механізм: навчальний посібник*. Київ: ДП «Вид. дім «Персонал».
 24. Максименко С.Д., Соловієнко В.О. (2000). *Загальна психологія: Навчальний посібник*. Київ: МАУП.
 - 25.Малая О. Ю. (2012). Неввічливість, грубість та "робота з обличчям" як об'єкти досліджень першого та другого порядку. *Записки з романо-германської філології*, 2, 94-101.
 - 26.Масенко Л. Т. (2005). *Українська мова в соціолінгвістичному аспекті* (Автореферат доткорської дисертації). Національна академія наук України. Київ.
 - 27.Маслова Т. (2015). *Принципи класифікації комунікативних стратегій*. Київ: Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського". Відновлено з <http://surl.li/jnstg>
 - 28.Науменко Л.П., Гордєєва А.Й. (2011). *Практичний курс перекладу з англійської мови на українську = Practical Course of Translation from English into Ukrainian : навчальний посібник*. Вінниця: Нова Книга. Відновлено з <https://nk.in.ua/pdf/929r.pdf>
 - 29.Попович Ю. О. (2017). Відтворення маркерів соціального статусу в описах убрання персонажів (на матеріалі українських перекладів англійських романів ХІХ століття). *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету. Філологія, педагогіка, психологія*, 34, 264-272.

30. Романченко А. (2017). *Лінгвістична персонологія: об'єкт та історія формування*. Відновлено з <http://surl.li/jnsyt>
31. Савіна Ю. (2021). Відтворення під час перекладу інконгруентності як засобу створення «чорного гумору» у жанрі стендап-комедії (на прикладі монологів Джорджа Карліна). *Проблеми гуманітарних наук: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*, 46, 111-118.
32. Селіванова О.О. (2008). *Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: Підручник*. Полтава: Довкілля-К.
33. Семчинський С.В. (1998). *Загальне мовознавство*. Київ: Головне видавництво видавничого об'єднання «Вища школа».
34. Скрипченко О.В., Долинська Л.В., Огороднійчук З.В. (2005). *Загальна психологія: Підручник*. Київ: Либідь.
35. Слободян О. В. (2012). Мовний портрет міста: соціолінгвістичні характеристики. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка*, 10.
36. Столяренко О. Б. (2012). *Психологія особистості: Навчальний посібник*. Київ: Центр учбової літератури.
37. Таран О. (2019). Арго – жаргон – сленг – загальний сленг. *Актуальні проблеми філології та перекладознавства: збірник наукових праць*, 16, 189-191.
38. Шевчук З.С. (2014). Понятійно-термінологічне поле дослідження ієрархії «мовна особистість – мовний портрет». *Одеський лінгвістичний вісник*, 4, 305-308.
39. Шумарова Н.П. *Соціолінгвістика і стилістика: система кореляцій*
Відновлено 3
<http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1072>
40. Цвік А.Я. (2022). *Явище білінгвізму у сучасній англomовній літературі та його збереження в українському перекладі* (Курсова робота). Національний технічний університет України “Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”. Київ.
41. Abdullaeva L.T. (2021). Sociolinguistic approach to the subject of linguistics. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research*, 1, 415-417.
42. Badara A. (2018). Stand-up comedy humor discourse in local perspective in Indonesia. *International Journal of Applied Linguistics & English Literature*, 7, 222-228.
43. Brown P. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Use*. 1987. Great Britain. Retrieved from https://www.academia.edu/26395652/Politeness_Some_universals_in_language_usage
44. Burling R. (1972). Reviewed Work: Sociolinguistics: A Brief Introduction by Joshua A. Fishman. *Language*, 48 (1), 233-236.
45. Camarero M. (2012). *Discourse Marker*. Retrieved from <http://www.ub.edu/diccionarilinguistica/content/discourse-marker>

46. Chapetón C. (2009). *The Use and Functions of Discourse Markers in EFL Classroom Interaction*. Retrieved from <http://surl.li/jnlet> .
47. Cherry K. (2023). Cattell's 16 personality factors. Retrieved from <http://surl.li/mppim>
48. Cherry K. (2023). The 4 Major Personality Perspectives. Retrieved from <https://www.verywellmind.com/personality-perspectives-2795950>
49. Dibrova V. (2019). Linguistic and speech means of expressing negation in English and ukrainian official and business discourse. *International relations: theory and practical aspects*, 3, 226-233.
50. Federici F. M. (2017). *Sociolinguistics, translation and interpreting*. Retrieved from <http://surl.li/esyhm>
51. Filani I. (2015). *Discourse types in stand-up comedy performances: An example of Nigerian stand-up comedy*. Retrieved from <http://surl.li/esyig>
52. Finegan, E. (2007). *Language: Its Structure and Use (5th ed.)*. Retrieved from https://www.academia.edu/44833419/Language_Its_Structure_and_Use
53. Halliday M., Hasan R. (1976). *Cohesion in English*. Retrieved from <http://surl.li/esylo>
54. Halliday M., Webster J. (2003). *Linguistic studies of text and discourse: Volume 2*. Retrieved from https://drive.google.com/file/d/1hdmwQ_eO9fnWKB6f9rR96U8Bji-15-Bn/view?usp=drive_link
55. Hauser J. (2021). *Media's Portrayal of our Differences*. Retrieved from <https://nesca-newton.com/medias-portrayal-of-our-differences/>
56. Herring S.C., Scheidt L.A., Bonus S., Wright E. (2004). *Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs*. Retrieved from <http://surl.li/jnlph>
57. Hirniak S., Kravchenko-Dzondza O., Lutsiv S., Lehka L. & Panochko M. (2022). *Idiolect – idiostyle – sociolect: differentiation and interrelation of linguistic terms*. Retrieved from <https://redfame.com/journal/index.php/smc/article/view/5838/5957>
58. Hjelle L., Ziegler D. (1976). *Personality theories: basic assumptions, research, and applications*. Retrieved from <https://archive.org/details/personalitytheor0000hjel/mode/2up>
59. Huddleston, R., & Pullum, G. K. (2007). *The Cambridge Grammar of the English Language*. Retrieved from <https://archive.org/details/the-cambridge-grammar-of-the-english-language>
60. Korbozerova N. (2020). *Trends in the development of the spanish complex sentence syntax*. Romania. Retrieved from <https://bit.ly/454BWku>
61. Limeranto J., Ena O. (2022). The use of slang word in the movie “F9”: the fast saga. *Indonesian journal of language and linguistics*, 3, 281-290.
62. Lodge, K. R. (2009). *A Critical Introduction to Phonetics*. London: Continuum International Publishing Group. Retrieved from <https://bit.ly/3YcXjxG>

63. Mazhitayeva S., Rapisheva Z., Tuite Y., Nygmetova N., Zhetpisbay S., Karmanova S. (2019). The Theory of Linguistic Personality, Its Structural and System Characteristics. *Opción*, 20, 3086-3101.
64. McLeod S. (2021). *Theories of personality*. Retrieved from <https://www.simplypsychology.org/personality-theories.html>
65. Mora R. (2006). *A critical look at the discourse of popular television: the case of Friends*. USA. Retrieved from <http://surl.li/jnlen>
66. Nilsen D., Nilsen A. (2018). *The language of humor. An introduction*. Retrieved from <https://bit.ly/479twKx>
67. Nordquist R. (2020). *Discourse Marker (DM) in English grammar*. Retrieved from <https://www.thoughtco.com/discourse-marker-or-dm-1690463>.
68. Norton R. (1978). Foundation of a communicator style construct. *Human communication research*, 4(2), 99-112.
69. O'Grady, W., Dobrovolsky, M., & Katamba, F. (1997). *Contemporary Linguistics: An Introduction (third edition)*. Retrieved from <https://archive.org/details/ContemporaryLinguisticsAnIntroductionWilliamOGrady>
70. Pinto S. (2012). *Sociolinguistics and Translation*. Retrieved from https://www.academia.edu/2424324/Sociolinguistic_and_Translation
71. Priyono E., Rofiq Z. (2021). Discourse markers of humor analysis in Trevor Noah's stand-up comedy. *Lingual: Journal of Language and Culture*, 11 (1), 14-19.
72. Roach P. (2009). *English Phonetics and Phonology (4th ed.)*. 2009. Retrieved from <https://bit.ly/3QeeKMw>
73. Saputra L., Marlina L. (2019). An analysis of slang words used by instagram account plesbol. *E-Journal of English Language & Literature*, 3, 329-339.
74. Tannen D., Hamilton H., Schiffrin D. (2015). *The Handbook of discourse analysis. Second Edition*. Retrieved from <https://bit.ly/3KmVEQC>
75. Tyagi S. (2021). *45 types of humor with examples*. Retrieved from <https://humornama.com/featured/education/types-of-humor/>
76. Wang W. (2018). Linguistic Formation-Mechanism of Humor in English. Retrieved from <https://www.atlantis-press.com/proceedings/meici-18/55909996>

СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

(ЕСУ) – *Енциклопедія сучасної України*. Відновлено з <https://esu.com.ua/article-8038>

(УМКТСЛТ) – Єрмоленко С. Я. (2001). *Українська мова: короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів*. Київ, Либідь. Відновлено з <http://surl.li/etgjk>

(ЛЗПЛ) – *Лексикон загального та порівняльного літературознавства* (2001). Чернівці: Золоті литаври. Відновлено з

https://shron1.chtyvo.org.ua/Volkov_Anatolii/Leksykon_zahalnoho_ta_porivnialnoh_o_literaturoznavstva.pdf

(CD) – *Cambridge Dictionary*. Retrieved from <https://dictionary.cambridge.org/grammar/british-grammar/discourse-markers-so-right-okay>

(WP) – *Wikipedia. Discourse marker*. Retrieved from <http://surl.li/mpwgo>

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

(DA) – Carlin G. *Dumb Americans*. 2017. Retrieved from <http://surl.li/jnqjl>

(R) – Degeneres E. *Relatable*. 2018. Retrieved from <http://surl.li/jnqzx>

(SF) – Iglesias G. *Stadium Fluffy*. 2022. Retrieved from <http://surl.li/mpwje>

(IOS) – Sloss D. *It`s only a story*. 2013. Retrieved from <http://surl.li/jnlja>

(LSD) – Sloss D. *Live shows: Dark*. 2018. Retrieved from <http://surl.li/gxcrg>

(LSJ) – Sloss D. *Live shows: Jigsaw*. 2018. Retrieved from <http://surl.li/jnlaf>

(ODBV) – Sloss D. *On the difference between violence in the US & UK*. 2018. Retrieved from <http://surl.li/jnlzj>

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

**Фрагменти англомовних стендап-виступів та їх відтворення в
українському перекладі**

	Текст оригіналу	Текст перекладу
1.	<i>It is <u>so worth it</u> 'cause when you get there and you see this thing five feet away from you... <u>So majestic, so beautiful</u> (R, URL).</i>	Це <u>справді того вартує</u> , бо коли ти забираєшся туди, то бачиш все це у п'яти футах від себе... <u>Таке величне, таке розкішне</u> . (переклад наш – В.В.)
2.	<i>People are <u>always</u> looking into things and looking for signs of what things mean (R, URL).</i>	Люди <u>завжди</u> намагаються знайти певний сенс у речах і шукають ознаки того, що могли б ці речі означати.
3.	<i>Americans love to eat. They are <u>fatally attracted</u> to the slow death of fast food (DA, URL).</i>	Американці обожають жерти. Вони <u>неминуче втягнуті</u> у повільну смерть від фаст-фуду.
4.	<i>... they'd [friends] say I was a good person and I understand why that is, it's because they only ever hear what comes out of my mouth. They never hear what's going on in my head, and those are two <u>hugely</u> different things, by the way (LSJ, URL).</i>	Друзі б сказали, що я хороша людина і я розумію, що це через те, що вони чують лише те, що я говорю. Вони не чують що відбувається в моїй голові, а це, до речі, дві <u>надзвичайно</u> відмінні речі.
5.	<i><u>What if one day, what if, God forbid, what if one day I have a vegan kid?</u> (LSJ, URL)</i>	<u>А якщо</u> одного дня, <u>якщо</u> ...не дай боже, <u>а якщо</u> одного дня у мене буде дитина-веган?

6.	<i>Ladies and gentlemen, we would just like to ask that you go home for two weeks, be with your loved ones, be with your family, just two weeks, while we figure things out</i> (SF, URL).	Пані та панове, ми б хотіли просити вас залишатися вдома зо два тижні, побудьте із вашими рідними, лише два тижні, поки ми не владнаємо цю проблему.
7.	- <i>Can we just ask you, what do the two red dots represent?</i> And Jackson Pollock on record said: "What? (Робить паузу, робить вигляд що підходить до картини, придивляється до неї) <i>Ha!</i> (На дуже високих тонах, робить кумедний вираз обличчя, знов дивиться на картину і говорить далі) <i>Huh. I must have splashed it when I was painting that one</i> " (LSJ, URL).	«Можна Вас запитати що представляють собою ці дві червоні крапки?» І Джексон Поллок відповів, дослівно: «Що? (Робить паузу, робить вигляд що підходить до картини, придивляється до неї) Хах! (На дуже високих тонах, робить кумедний вираз обличчя, знов дивиться на картину і говорить далі) Це я, мабуть, наляпав, коли малював оту картину».
8.	<i>We have violence in the UK. It's just a bit more...stabby</i> (ODBV, URL).	У нас, в Сполученому Королівстві, також розповсюджена жорстокість. Але у нас вона більш... <u>ріжуча</u> .
9.	<i>Everything's catered for</i> (IOS, URL).	Всі забаганки <u>задовольняються</u> .
10.	<i>Just gonna let that sink in</i> (LSD, URL).	Дам вам трохи часу, щоб <u>все як слід збагнути</u> .
11.	<i>So, my mother scoops up Raggedy Ann</i> (LSD, URL).	Тож моя мама загібає до себе <u>ганчір'яну ляльку Енн</u> .
12.	<i>...is just to picture any child under the age of ten with an ice cream and just imagine just fucking tripping him up</i> (LSJ, URL).	... просто уявіть якусь дитину до десяти років із морозивом в руках, якій ви ставите <u>підніжку</u> .

13.	<i>It's like, a whole <u>bodega</u> is set up in there (R, URL).</i>	Там немов встановлений цілий <u>продуктовий магазинчик</u> .
14.	<i>I call it being a <u>wanker-anchor</u> (LSD, URL).</i>	Я називаю цей стан <u>«сталий гівнюк»</u> .
15.	<i>No, I'm not an intelligent person <u>by any stretch</u> (LSD, URL).</i>	Я <u>ні в якому разі</u> не людина розумна.
16.	<i>There are 7.5 billion people on this planet, and you found your soul mate 20 miles from where you live. Seems like a bit of a <u>cowinkydink</u> to me (LSJ, URL).</i>	На цій планеті 7,5 мільярдів людей, а ти знайшов свою другу половинку в 20-ти милях від свого будинку? Як на мене – <u>суцільна випадковість</u> .
17.	<i>My mom's had four kids and you can tell that she loves us all the same, but after the first two she, kind of, stopped giving a shit. Lost the magic. She was always going on about how she was <u>blessed</u> with me, that she was <u>gifted</u> with my sister, then she <u>had</u> my brother. And she'll always remember the day that she was <u>diagnosed</u> with the other one (LSD, URL).</i>	У моєї мами четверо дітей і помітно, що вона любить нас усіх однаково, але після перших двох її, так би мовити, це перестало хвилювати. Втратила магію. Вона завжди розповідає як її <u>благословили</u> мною, <u>яким подарунком</u> для неї було народження моєї сестри, потім у неї <u>з'явився</u> мій брат. І вона завжди пам'ятатиме той день, коли її <u>діагностували</u> іншого мого брата.
18.	<i>It's just when you are fat – it's fucking impressive. <u>Like</u>, we get obese in the UK, I'm <u>like</u>: “Yeah, it's your life, you live that. Proud”. Over here, I see fat people, I'm <u>like</u>: “Woow! How did you do that? <u>Like</u>, that took effort. That took plotting. That didn't happen</i>	Просто коли ви товсті – це просто неймовірно. <u>Ну</u> в Сполученому Королівстві також є товсті люди, але я <u>такий</u> : «Ну, це твоє життя, тобі й жити. Молодець». А коли я бачу товстих людей тут, <u>то це просто</u> : «Вааау! Як ти це зробив? Це ж

	<i>overnight. <u>Like, there must have been days when you woke up not hungry</u>" (LSD, URL).</i>	потребувало зусиль. Це потребувало планування. Це не сталося за ніч. Мали ж бути дні, коли ви прокидалися не голодними.
19.	<i><u>You are fully, 100% allowed to be offended by any one of the jokes in the show. That is your right. All I ask is that if you are offended by one joke, could you just have the common fucking decency to be offended by the rest of them? Don't pick what's offensive based on whether it affects your life or not, you fucking narcissist</u></i> (LSJ, URL).	Ви маєте абсолютне право ображатися на будь-який жарт мого шоу. Це ваше право. Єдине, що я вас прошу – <u>якщо вас ображає один жарт, то майте довбану чемність ображатися й на інші!</u> Не обирайте один жарт на підставі того, що він <u>якось зачіпає ваше життя, довбаний нарцисе!</u>
20.	<i>Every few weeks there is something in the newspaper about this comedian that said something awful or offensive that's offended one member of the audience, who, by the way, <u>nine times out of ten, is an idiot</u></i> (IOS, URL).	Кожні кілька тижнів у газеті з'являється новина про те, що якийсь комік сказав щось обурливе, що образило одного глядача, який, до речі, <u>майже завжди</u> , виявляється ідіотом.
21.	<i><u>You're not given the context, you're not given the setup, you're not given the atmosphere, you're not even given the audience reaction</u></i> (IOS, URL).	<u>Вам не передано ані</u> контексту, <u>ні</u> обстановки, <u>ні</u> атмосфери, <u>навіть не передано</u> реакції аудиторії.
22.	<i>The amount of landmass that it takes to raise cattle is astronomical, <u>right?</u></i> (LSJ, URL)	Частина землі, яку необхідно використати, щоб вигодувати велику рогату худобу – астрономічна, <u>розумієте?</u>

23.	<i>And it's important to note that the 60 people that remained weren't all fans, <u>okay</u>? (LSD, URL)</i>	І важливо зауважити, що 60 людей, які залишилися – зовсім не були моїми фанатами.
24.	<i><u>You know</u>, one of those relationships where you kind of just fall out of love with the person (LSJ, URL).</i>	Ну знаєте такі відносини, в яких вам, так би мовити, набридло кохати цю людину.
25.	<i>But then by the end of the series, <u>guess what</u>. They were wrong! (LSJ, URL)</i>	Але, <u>вгадайте</u> що стається наприкінці серіалу? Вони помилялися!
26.	<i>All <u>I'm</u> saying is if <u>you're</u> finding it hard to laugh at this routine, <u>it's</u> because deep down you <u>don't</u> love the person <u>you're</u> with (LSJ, URL).</i>	Я просто кажу, що якщо вам важко сміятися з цієї теми, отже десь глибоко в душі ви не кохаєте людину, з якою ви зараз у відносинах.
27.	<i>Say what you like about Hitler. <u>Passionate man</u> [Hitler]. [<u>Passionate</u>] About the wrong things. Yes, we can all agree, [<u>passionate about</u>] the wrong things, but <u>passionate nonetheless</u>, like a true artist (LSJ, URL).</i>	Скажіть що вам подобається у Гітлері? – Пристрасна людина. Яка захоплювалася абсолютно неправильними речами. Так, неправильними, з цим ми всі можемо погодитись. Але дуже захоплювалася, немов справжній митець.
28.	<i><u>Under no circumstance</u> tell that joke in Indiana (LSD, URL).</i>	В жодному разі не розповідай цей <u>жарт</u> в Індіані.
29.	<i>But <u>I do respect</u> your right to be wrong in public (LSJ, URL).</i>	Але я <u>справді поважаю</u> ваше право помилятися на публіці.

30.	<i>For those of you who <u>didn't see the show...</u> (LSJ, URL)</i>	Для тих із вас, хто <u>не бачив</u> попереднє шоу...
31.	<i>And this <u>was the whole bit</u>, this <u>was the main exhibit</u>, he just <u>got a big bucket of black paint</u>, <u>threw it at the canvas</u>, <u>smeared it around</u> and then <u>put in two little splashes of red paint</u>. That <u>was it</u> (LSJ, URL).</i>	І це <u>було</u> майже все загалом, це <u>був</u> головний експонат. Він просто <u>взяв</u> відро із чорною фарбою, <u>вилив</u> його на полотно, <u>розмазав</u> це навколо і <u>додав</u> дві червоні цятки. І це все.
32.	<i>If you were to believe the tabloids, <u>trains stopped on the track so that people could get off in order to vomit at how disgusted they were by this joke</u>. <u>People killed themselves</u>, they were so <u>disgusted by what he said</u> (IOS, URL).</i>	Якщо вірити таблоїдам, <u>потяги зупинялися посеред дороги</u> , <u>щоб люди могли спокійно проблюватися</u> після цього жарту. <u>Люди вдавалися до самогубства</u> – так сильно вони були обурені тим, що він сказав.
33.	<i>I have an uncle that's a minister. He's 5`2". We call him a <u>mini-ster</u> (LSD, URL).</i>	У мене є дядько. Він церковнослужитель. Його зріст 158 см. Ми прозвали його «циркачем».
34.	<i><u>Not only does the news confuse me</u>, people who watch the news confuse me (ODBV, URL).</i>	<u>Але мене бентежать не тільки новини</u> , а й люди які їх дивляться.
35.	<i>At no point <u>do I actually have to respect your beliefs</u> (LSD, URL).</i>	Я ні в якому разі <u>не зобов'язаний поважати</u> ваші вподобання.
36.	<i>We are sitting there giggling and Jean comes upstairs and goes: "Oh! Well, I'm clearly missing something!" – Yeah, a father! I <u>fucking nailed it!</u> (LSD, URL)</i>	І от ми сидимо й сміємось, піднімається Джина і роздратовано говорить: «О! Я явно щось прогледіла?!» - Так, батька! Ох, я <u>поцілів в самісіньке яблучко!</u>

37.	<i>He was one of those <u>pricks</u>, those <u>knobs</u> that just throw paint at a canvas, like, “This one’s called “Despair” (LSJ, URL).</i>	Він був одним із тих <u>ідіотів</u> , які просто забризкують полотно фарбою зі словами «А ось цей шедевр я називаю «Відчай»».
38.	<i>Who this joke is specifically aimed at is the <u>fucking</u> Facebook vegans. If you are a Facebook vegan, right, look into my <u>fucking</u> eyes, wherever you are. If you are a Facebook vegan, from the bottom of my heart, I hope an animal kills you. I will not be happy until you and your kind die of irony (LSJ, URL).</i>	А от <u>довбані</u> вегани з фейсбуку – це саме ті, на кого направлений цей жарт. Якщо ви веган з фейсбуку, то, чорт забирай, дивіться прямо мені в очі зараз, де б ви не були. Якщо ви – веган з фейсбуку, я усім серцем сподіваюсь, що вас вб’є тварина. Я стану справді щасливим лише після вимирання усього вашого виду від іронії.
39.	<i>Yep, <u>unemployment</u> is a side effect. That is definitely... I lost my <u>sitcom</u> when I <u>came out</u> and... It’s not like nobody warned me (R, URL).</i>	Так, <u>втрата роботи</u> є побічним ефектом. Це точно... Я втратила свій <u>ситком</u> , коли <u>зробила камінг-аут</u> . і... Не те, щоб мене ніхто не попереджав.
40.	<i>The one thing people get really upset about is when they find out I’m <u>vegan</u> (R, URL).</i>	Люди дуже засмучуються, коли дізнаються, що я – <u>веган</u> .
41.	<i>Is Ellen wearing a necklace? It’s very delicate. She may not be <u>gay</u> anymore, I don’t know. Does she still have the cats? She may not be <u>gay</u> (R, URL).</i>	Чи носить Еллен намисто? Яке воно витончене. Можливо, вона й не <u>лесбійка</u> вже. У неї ще є коти? Вона може й не бути <u>лесбійкою</u> .
42.	<i>Some of the restaurants are trying to <u>figure out how to help</u> vegans. There’s</i>	Деякі ресторани намагаються <u>розробити особливе меню</u> для

	<i>not a lot of options at most restaurants. But the <u>fine dining</u> (R, URL).</i>	веганів. У більшості ресторанів варіантів не так багато, крім ресторанів <u>високої кухні</u> .
43.	<i>Some of the <u>nicer</u> restaurants have the <u>bathroom attendants</u> in there which is a... (R, URL)</i>	У деяких <u>дорогих</u> ресторанах є окремі <u>люди, які доглядають за чистотою в туалетних кімнатах ...</u>
44.	<i>When I'm <u>in traffic</u>, here's the thing (R, URL).</i>	Коли я <u>в дорозі</u> , трапляється таке.
45.	<i>I remember, <u>Charlton Heston</u> came to town and I was four years old and everybody was crowding around trying to get a good look at Charlton Heston (R, URL).</i>	Пригадую, <u>відомий актор Чарлтон Гестон</u> приїхав до мого міста, коли мені було чотири роки, і всі юрбилися навколо, намагаючись добре його роздивитися.
46.	<i><u>Nitwits, assholes, fuck ups, scumbags, jerk offs and dipshits. And they all vote</u> (DA, URL).</i>	<u>Недоумки, придурки, кретини, покидьки та прості дурні: і всі вони мають виборчі права.</u>
47.	<i>You can usually tell who's been doing the voting by looking at <u>the fucking election returns</u> (DA, URL).</i>	Зазвичай можна сказати хто ходив на голосування, лише подивившись на <u>довбані</u> результати виборів.
48.	<i>Well, they think <u>it's JUST FUCKING DANDY!</u> (DA, URL)</i>	Та вони думають, що є <u>бісовими красунчиками, яким у житті пощастило.</u>
49.	<i>They don't want people who are smart enough to sit around the kitchen table and figure out how badly they're getting fucked by a system that <u>threw</u></i>	Вони не хочуть, щоб розумні люди сиділи у себе на кухні і задумувалися, наскільки сильно їх обдурила система, яка <u>забила</u> на них ще 30 чортових років тому.

	<i>them overboard 30 fucking years ago</i> (DA, URL).	
50.	<i>Because everything in this country is king size. King size, extra-large and SUPER JUMBO</i> (DA, URL).	Тому що все в цій країні – <u>найбільшого розміру: кінгсайз, оверсайз та чохол для танка</u>
51.	<i>And in the summertime – God help us – in the summertime they will all want to wear short pants</i> (DA, URL).	А влітку – <u>поможи нам Боже – влітку всі вдягають шорти.</u>
52.	<i>Everyone in the family has got on a backpack</i> (DA, URL).	Кожен з родини бере по <u>рюкзаку.</u>
53.	<i>These people, these people are efficient, professional, compulsive consumers</i> (DA, URL).	Ці люди є <u>ефективними, професійними, компульсивними споживачами.</u>
54.	<i>It's called the American dream</i> (DA, URL).	Це називається <u>«американська мрія».</u>
55.	<i>Los Angeles, you are looking at the new voice of Speedy Gonzales</i> (SF, URL).	Лос-Анджелесе, <u>до вашої уваги</u> – новий голос <u>Швидкого Гонсалеса.</u>
56.	<i>America the beautiful. One big transcontinental commercial cesspool</i> (DA, URL).	Прекрасна Америка. Одна велика <u>трансконтинентальна комерційна вигрібна яма.</u>
57.	<i>Moral of this story is: Don't drink tequila with your mother, otherwise you happen</i> (IOS, URL).	Мораль цієї історії – <u>не пий текілу зі своєю матір'ю, бо з'явиться дитина.</u>
58.	<i>I think a junk drawer, that also is an adult thing that happens when we're adults</i> (R, URL).	Я вважаю, що <u>шухляда із хламом</u> – це теж одна з речей, яка трапляється з нами, коли ми дорослішаємо.

59.	<i>People <u>do the bathmat scoot</u> when the butler forgets to put the towel next to the tub (R, URL).</i>	Люди <u>займаються килимковими танцями</u> , коли дворецький забуває покласти рушник біля ванни.
60.	<i>For a few minutes there it really seemed like it was going well and I thought everyone in Hollywood that's <u>closeted</u> is gonna come out after me. I pictured like a stampede of wild elephants like... <u>every closeted actor and actress in Hollywood...</u>" (R, URL)</i>	На кілька хвилин мені справді здалося, що все йде добре, і всі, хто <u>ховався</u> в Голлівуді, вийдуть слід за мною і зроблять свій камінг-аут. Я уявляла собі величезну чергу із <u>акторів та актрис Голівуду, які все ще приховували свою гомосексуальність</u> .
61.	<i>Only a nation of <u>unenlightened half-wits</u> could have taken this beautiful place and turned it into what it is today, a shopping mall (DA, URL).</i>	Лише нація <u>неосвічених недоумків</u> могла перетворити таке прекрасне місце на те, чим воно є сьогодні – торговий центр
62.	<i>The only people who were not offended by that joke? The war veterans, who found it hysterical (IOS, URL).</i>	Єдині, кого не образив той жарт – ветерани війни. У них, наприклад, була просто істерика.
63.	<i>I'm not going to be one of those foreign comics that comes over and <u>stereotypes</u> you (LSD, URL).</i>	Я не буду одним із тих іноземних коміків, які <u>приїджають і ототожнюють</u> вас.
64.	<i>That is <u>terrifyingly low</u>. That is low (LSJ, URL).</i>	Це <u>надзвичайно низько</u> . Дуже.
65.	<i>Do you find yourself <u>in love with, attracted to or just curious about the same sex?</u> (R, URL)</i>	Ви відчуваєте <u>закоханість</u> до тієї ж статі? Вона <u>приваблює</u> вас або <u>просто викликає цікавість</u> ?

66.	<i>I think that signs do help us and I think that if we pay attention to those signs, they do guide us (R, URL).</i>	Я думаю, що знаки дійсно допомагають нам і якщо б ми звертали на них увагу, то вони справді зможуть нас кудись направити.
67.	<i>And that time, after I <u>came out</u>, was... really one of the hardest periods of my life, it was (R, URL).</i>	І той час, після мого <u>камінг-ауту</u> , був... дійсно одним із найважчих періодів у моєму житті.
68.	<i>How do the people feel about living in a <u>coast-to-coast</u> shopping mall? (DA, URL)</i>	Як люди ставляться до того, що вони живуть у <u>одному суцільному</u> торговому центрі?
69.	<i>You're not sure what's happened, you just know apparently someone your mum works with is a bit of a cow (IOS, URL).</i>	Ви не зовсім упевнені у тому що сталося, але ви точно знаєте, що хтось, з ким працює ваша мама, вівця.
70.	<i>They <u>get</u> scientists and doctors to come on and analyze the joke... (IOS, URL).</i>	Вони <u>запрошують</u> вчених і лікарів для аналізу цього жарту...
71.	<i>If I were to tell you when I was five years old, my dad would tell me a story about a mass murderer who would disguise himself as a close relative in order to get close to a young girl so that he could <u>have his way with her</u> (IOS, URL).</i>	Якби я розповів вам, що коли мені було п'ять років, мій тато розказував мені історію про серійного вбивцю, який маскувався під близького родича, щоб наблизитися до молодої дівчини та <u>вбити її</u> .
72.	<i>I'll have <u>to keep an eye on them</u> (LSD, URL).</i>	Мені, звичайно, доведеться <u>приглядати за ними</u> .

73.	<i>Nine times out of 10 <u>that works a treat</u>, except for this one (LSJ, URL).</i>	У дев'яти випадках із десяти <u>це спрацьовує</u> , за винятком цього разу.
74.	<i>All I'm asking is if even for <u>the briefest of seconds</u> have you ever accidentally caught yourself thinking <u>how much easier</u> life would be if they were to just die? (LSJ, URL)</i>	Я лише запитую чи <u>хоч на секундочку</u> ви не ловили себе на думці, <u>наскільки легше</u> було жити, якби вони просто померли?
75.	<i>I don't trust people that <u>deny adamantly</u>, like, "No! No, I've never thought that. Of course, I've never thought that" (LSJ, URL).</i>	Я не довіряю людям, які <u>з піною у рота заперечують</u> «Ні! Ні, я ніколи не думав про це. Звичайно, я ніколи не думав про це».
76.	<i>My parents will say <u>the most horrific things at the most inappropriate times</u> (LSJ, URL).</i>	Мої батьки говорять <u>найжахливіші</u> речі в <u>найневідповідніший</u> час.
77.	<i>They <u>take the comedian's jokes at face value</u>, and sometimes that's not even the audience's fault (LSJ, URL).</i>	Вони <u>сприймають</u> жарти коміка <u>буквально</u> , але іноді в цьому і немає вини глядача.
78.	<i>But to have <u>this core value, this core belief, this core meaning to your life and have it forever is a stupid way to live and really challenging...</u> (LSJ, URL)</i>	Але мати <u>лише одну ключову мету, єдине переконання, єдине значення</u> у своєму житті і не міняти його – це марна трата свого життя і досить складне завдання...
79.	<i>When we come on stage, we have to find ways to make you laugh and our way of doing that is to come out and say something <u>completely stupid and</u></i>	Коли ми виходимо на сцену, нам потрібно знайти способи щоб змусити вас сміятися, і наш спосіб зробити це - вийти і сказати щось

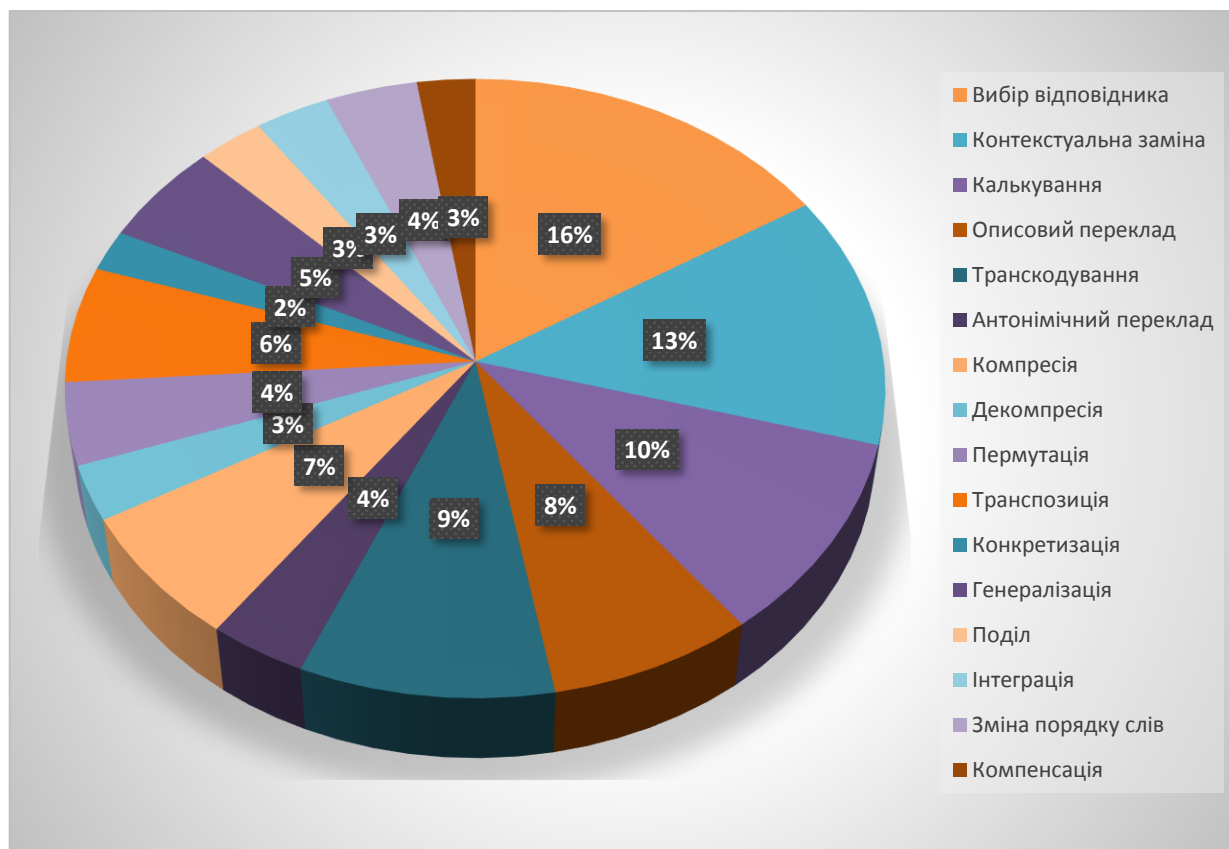
	<i>ludicrous to make you laugh</i> (IOS, URL).	<u>абсолютно дурне</u> , щоб вас розсмішити.
80.	<i>Another method of doing it is to take a <u>completely, utterly point that no one would agree with, something very obscure and blatantly wrong and find a way to twist it round and make it seem valid just for a second</u></i> (IOS, URL).	Інший спосіб зробити це — висловити <u>абсолютно категоричну точку зору</u> , щось <u>незрозуміле і дуже неправильне</u> , і знайти спосіб перекрутити це так, щоб лише на секунду воно здалося правдою.
81.	<i>Our job is to <u>make you laugh, make you think, make you smile, make you want to sleep with us so that our night in that hotel room is slightly less depressing</u></i> (IOS, URL).	Наша робота – <u>змусити вас сміятися, змусити вас задуматися, змусити вас посміхнутися, змусити вас захотіти переспати з нами</u> , щоб наша ніч у тому готельному номері не була такою сумною.
82.	<i>And people <u>went mental. People were so upset</u></i> (IOS, URL).	І люди <u>просто зірвалися</u> . Вони були такі обурені.
83.	<i>They say “<u>We need more money for education. We need more books. More teachers. More classrooms. More schools. We need more testing for the kids</u>”</i> (DA, URL).	Вони кажуть: « <u>Нам потрібно більше грошей на освіту. Нам потрібно більше книг, більше вчителів, більше класних кімнат, більше шкіл. Нам потрібно більше тестувань для дітей</u> ».
84.	<i>They <u>brushed out of their rooms</u></i> (LSD, URL).	Вони <u>вилетіли</u> зі своїх кімнат.
85.	<i>He certainly didn't <u>chip in for that medical degree</u></i> (LSD, URL).	Ну він точно не <u>скидувався</u> на цей медичний ступінь.

86.	<i>And let me tell you, I am not exaggerating when I tell you that <u>cuca</u> was this big (SF, URL).</i>	І дозвольте мені сказати вам, я не перебільшую, коли скажу, що <u>те тарганисько</u> було такої величини.
87.	<i>He almost <u>took down the empire</u>, know what I'm saying? (SF, URL)</i>	Він майже <u>потопив наше судно</u> , розумієте про що я?
88.	<i><u>Country music knows</u> when you're sad. <u>Country music knows</u> when you're weak. <u>Country music knows</u> when you're vulnerable and you need something to fill the void (SF, URL).</i>	<u>Музика кантрі знає</u> , коли тобі сумно, коли ти безсилий. <u>Вона знає</u> , коли ти вразливий – тобі потрібно щось, щоб заповнити цю порожнечу.
89.	<i>And then you notice how sometimes all it takes are just <u>a couple of minor changes</u>, <u>a couple of minor adjustments</u> to get back in the game (SF, URL).</i>	А потім раптом ви помічаєте, що іноді все, що потрібно, це лише <u>пара незначних змін</u> , <u>пара незначних коригувань</u> , щоб повернутися у гру.
90.	<i>When my brothers tell stories, they do the thing all children do which is they have so much enthusiasm and excitement that they promise a story that's never going <u>to live up to your expectations</u> (IOS, URL).</i>	Коли мої брати розповідають історії, вони роблять те, що роблять усі діти – вони сповнені ентузіазмом і хвилюванням і обіцяють історію, яка ніколи <u>не виправдовує ваших очікувань</u> .
91.	<i>She would <u>beat you to death</u> (IOS, URL).</i>	Вона <u>забила б вас до смерті</u> .
92.	<i>It was a <u>blatantly stupid sacrifice</u> they never needed to make (IOS, URL).</i>	Це була <u>абсолютно безглузда</u> жертва, на яку їм ніколи не потрібно було йти.
93.	<i>One of the other topics, one of <u>the most controversial ones</u> last year, was that</i>	Однією з інших <u>найбільш суперечливих</u> тем минулого року

	<i>Frankie Boyle made his comment about Katie Price and her family (IOS, URL).</i>	був коментар гумориста Френкі Бойла стосовно відомої британської моделі Кеті Прайс та її сім'ї.
94.	<i>We're saying these jokes as jokes. There's <u>very rarely</u> malicious intent behind it (IOS, URL).</i>	Ми говоримо ці жарти як жарти. І <u>дуже рідко</u> за цим стоїть злий намір.
95.	<i><u>The banter</u> we have every day with our mates about some celebrity on television that we don't particularly like (IOS, URL).</i>	Щоденні дружні <u>теревеньки</u> про якусь знаменитість з телебачення, яка нам не особливо подобається.
96.	<i>At this point, <u>I'm rolling the dice</u> (SF, URL).</i>	У даний момент – я <u>випробовую долю</u> .
97.	<i>She gets to my car and she starts <u>going off on me</u> (SF, URL).</i>	Вона підходить до моєї машини і починає <u>визвірятися на мене</u> .
98.	<i>He would have been the only white guy for 400 miles and <u>it would have blown people's minds</u> (LSD, URL).</i>	Він був би єдиною білою людиною на 600 кілометрів і <u>таке «чудо» дійсно вразило б усіх навкруги</u> .
99.	<i>...whether you've been a friend telling a friend about another friend's <u>drunken antic</u> at the weekend to make yourself seem slightly less embarrassed (IOS, URL).</i>	...чи коли ви розповідаєте другу про <u>п'яні витівки</u> вашого іншого друга, щоб на його фоні виглядати хоч трохи краще.
100.	<i>You have no idea what that vaccine has to work through in order to have any type of effect whatsoever. It's got to go through years' worth of <u>chorizo, chicharrón, carnitas, carne asada, freakin' hot dogs, bologna, Spam,</u></i>	Ти уявити собі не можеш через що має пройти вакцина, щоб дати мені хоч якийсь ефект. Їй потрібно протиснутися крізь роки <u>споживання гострої, м'ясної</u>

	<i>menudo, caldo de res. It's gotta go through the gauntlet (SF, URL).</i>	<u>мексиканської їжі.</u> Їй необхідно пройти випробування.
--	--	---

Використання перекладацьких трансформацій при перекладі англомовних стендап-виступів



Прагматична адаптація вульгаризмів при перекладі англомовних телешоу

№ п/п	Оригінал	Українська адаптація
1.	<i>...is just to picture any child under the age of ten with an ice cream and just imagine just <u>fucking</u> tripping him up (LSJ, URL).</i>	...просто уявіть якусь дитину до десяти років із морозивом в руках, якій ви ставите підніжку (опущення).
3.	<i>It`s just when you are fat – it`s <u>fucking</u> impressive (LSD, URL).</i>	Просто коли ви товсті – це <u>просто</u> неймовірно (контекстуальна заміна).
4.	<i>All I ask is that if you are offended by one joke, could you just have the common <u>fucking</u> decency to be offended by the rest of them? Don`t pick what`s offensive based on whether it affects your life or not, you <u>fucking</u> narcissist (LSJ, URL).</i>	Єдине, що я вас прошу – якщо вас ображає один жарт, то майте <u>довбану</u> чемність обржатися й на інші! Не обирайте один жарт на підставі того, що він якось зачіпає ваше життя, <u>довбаний</u> нарцисе! (вибір відповідника)
5.	<i>“Oh! Well, I`m clearly missing something!” – Yeah, a father! I <u>fucking</u> nailed it! (LSD, URL)</i>	«О! Я явно щось прогледіла?!» - Так, батька! Ох, я поцілів <u>в самісіньке</u> яблучко! (транспозиція)
7.	<i>He was one of <u>those</u> <u>pricks</u>, <u>those</u> <u>knobs</u> that just throw paint at a</i>	Він був одним із тих <u>ідіотів</u> , які просто забризкують полотно

	<i>canvas, like, “This one’s called “Despair.” (LSJ, URL).</i>	фарбою зі словами «А ось цей шедевр я називаю «Відчай»» (генералізація).
8.	<i>Who this joke is specifically aimed at is the <u>fucking</u> Facebook vegans (LSJ, URL).</i>	А от <u>бісові</u> вегани з фейсбуку – це саме ті, на кого направлений цей жарт (вибір відповідника).
9.	<i>If you are a Facebook vegan, right, look into my <u>fucking</u> eyes, wherever you are (LSJ, URL).</i>	Якщо ви веган з фейсбуку, то, чорт забирай, дивіться <u>прямо</u> мені в очі зараз, де б ви не були (транспозиція, контекстуальна заміна).
10.	<i>Nitwits, assholes, fuck ups, scumbags, jerk offs and dipshits. And they all vote (DA, URL).</i>	<u>Недоумки, придурки, кретини, покидьки та прості дурні</u> : і всі вони мають виборчі права (вибір відповідника).
11.	<i>You can usually tell who’s been doing the voting by looking at the <u>fucking</u> election returns (DA, URL).</i>	Зазвичай, можна зрозуміти хто ходив на голосування, лише подивившись на <u>кляті</u> результати виборів (вибір відповідника).
13.	<i>They don’t want people who are smart enough to sit around the kitchen table and figure out how badly they’re getting <u>fucked</u> by a</i>	Вони не хочуть, щоб розумні люди сиділи у себе на кухні і задумувалися, наскільки сильно їх <u>обдурила</u> система, яка забила на них

	<i>system that threw them overboard 30 <u>fucking</u> years ago (DA, URL).</i>	ще 30 <u>чортових</u> років тому (вибір відповідника).
--	--	--

SUMMARY

Research on society is an important aspect of today: it is constantly developing and changing according to its surrounding environment. Such science as sociolinguistics began to study the differences in the existence of language in a certain society in the second half of the 20th century. Despite the fact that this science emerged relatively recently, the issue of sociolinguistic portrait has been disclosed quite widely.

It is worth noting that a significant contribution to the study of society was made by psychology, which studies the personality and its behavior, which, in return, directly affects the communication style of each person and provides a better understanding of a certain type of society, providing the opportunity to identify the linguistic portrait of each person in the society studied.

However, from the point of view of translation studies, the problem of correct and adequate portrayal of social issues in English TV shows, in particular in stand-up shows, has not been investigated.

When translating English stand-ups into Ukrainian, translators often face the issue of the correct transmission of linguistic means to the Ukrainian audience, taking into account the differences in societies, cultures, and speech.

The purpose of the work was to identify and outline the most used linguistic means of portraying modern society in the translation of English stand-ups into Ukrainian.

Achieving the formulated purpose required solving the following tasks:

- consideration of the concepts of society and portraying in modern linguistics;
- highlighting the main groups of portraying means of the participants of English stand-ups;
- identifying translation difficulties that arise when translating English stand-ups;
- proposal of ways of solving the issue of adapting English stand-ups to the Ukrainian audience.

The research used materials from the performances of popular English-speaking comedians: Ellen DeGeneres, George Carlin, Gabriel Iglesias, Daniel Sloss.

By studying society within the framework of sociolinguistics and translation studies, we can identify, distinguish and group certain social groups of people according to their pronunciation, place of residence, and frequent social circle.

Modern television is full of programs where everyone can recognize themselves or a situation that happened the other day. Although the majority of English TV shows have already been adapted to Ukrainian society and have Ukrainian versions, viewers do not cease to be interested in foreign originals of such shows. One of the types of such shows is a stand-up, where comedians or famous actors actively use the means of portraying modern society to win their audience. To create casualness and better expressiveness, stand-up comedians use discursive markers. For the correct transmission of such markers during translation, it is important to understand the linguistic personality of the humorist and his/her audience.

When translating English TV shows, an important issue is the correct interpretation of linguistic means of portraying.

Phonetic and stylistic means of linguistic portraying are an important aspect when translating English TV shows. In the stand-up performance, such means help convey the right atmosphere of a performance, the comedian's emotions, better understanding of the situation presented. It is important for the translator to correctly convey such linguistic means from the original text to preserve the authenticity and comedy of the stand-up.

It is necessary to consider the cultural differences of one society and take into account another [society] to ensure the accurate transmission of lexical and semantic linguistic means for the correct interpretation of both the content of the comedian's joke and the correct further understanding of such a joke by the Ukrainian audience.

The issue of the transmission of morphological and syntactic means of linguistic portraying can be complicated by differences in the source and target language at the level of tense forms of verbs or the sequence of words in sentences (omissions, emphatic order of words, contractions).

Replacement, synonymous substitution, contextual substitution, transcoding, and descriptive translation were the most common strategies for reproducing linguistic means of portraying modern English society when translating the stand-ups. The use of these strategies assists in adapting English texts as accessible as possible and with minimal discrepancies with the context of stand-up to ensure a better understanding of their content by a Ukrainian audience, as well as to preserve the original context.

The translator must consider the pragmatic aspect of adapting English stand-up shows to the perception of the Ukrainian audience to use the most appropriate meaning of the relevant word, to determine the correct coloring of the content of the line. It is up to the translator to decide whether the viewer is sufficiently familiar with the specific reality of English culture when choosing a certain translation strategy.

When translating English stand-ups and comedy content in general, it is also necessary to consider the cultural characteristics of the source language, since stand-up performances cover sharp, sometimes outrageous topics that may be misunderstood by another culture. Therefore, a detailed study of both society and the environment around a certain society is extremely important for the correct choice of translation strategies.

We believe that by applying the recommendations provided in this thesis, namely: the definition of a linguistic portrait of an individual, analysis of society (target audience), research of the genre of a certain TV show, knowledge of translation strategies, – it will be possible to provide an adequate, understandable, accessible, unambiguous translation for the Ukrainian viewer.