

Р. С. Влах,
магістрантка кафедри теорії, практики та перекладу англійської мови,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ ГУМОРУ В СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ МЕДІАМАТЕРІАЛАХ

Сучасний гумор в англійськомовних медіаматеріалах функціонує не лише як джерело розваги, а й як важливий соціокультурний індикатор, який відображає особливості суспільства, культурні реалії та зміни в соціальних нормах. Інтертекстуальність, концепція, введена Юлією Кристевой, дозволяє глибше зрозуміти, як текстуальні зв'язки створюють нові значення і комічні ефекти. Це стає можливим через взаємодію між різними текстами, культурними контекстами та соціальними реаліями. Гумор стає складним феноменом, в якому кумедність часто базується на знайомих відсиланнях до інших творів, явищ або персонажів. Це дозволяє не лише розважати, а й запрошувати до критичного осмислення актуальних питань і проблем. У своїй роботі ми розглянемо три ключові аспекти інтертекстуальності гумору: лінгвопрагматичний, лінгвокультурний та перекладознавчий.

Лінгвопрагматичний аспект інтертекстуальності гумору зосереджується на механізмах, через які створюються комічні ефекти. Гумор часто побудований на іграх зі значенням, де інтертекстуальність стає важливим інструментом. Наприклад, гумор може виникати з несподіваних зв'язків між текстами, коли посилання на популярну культуру з'являється в контексті серйозної теми, створюючи комічний контраст. Крім того, переосмислення значення оригінального тексту є важливим механізмом. Інтертекстуальні посилання трансформують значення, що вимагає від глядача не лише знайомства з оригіналом, а й здатності усвідомити нову інтерпретацію. Роль контексту у формуванні гумору є критично важливою. Гумор, що містить інтертекстуальні елементи, може бути зрозумілим лише для глядачів, які мають відповідний культурний та соціальний бекграунд. Таким чином, важливо враховувати, як знання і досвід аудиторії впливають на їхнє сприйняття гумору [1].

Лінгвокультурний аспект розглядає культурні референції як інструменти у створенні гумору. Культурні референції дозволяють авторам встановлювати зв'язок із аудиторією, використовуючи знайомі елементи. Це особливо актуально у сучасному контексті, коли культурні коди швидко змінюються. Жарти, засновані на відомих текстах, піснях або кінофільмах, можуть мати сильний комічний ефект, коли глядачі впізнають посилання. Водночас, сприйняття гумору варіюється в залежності від культурних контекстів. Глядачі з різних культур можуть по-різному реагувати на однакові інтертекстуальні елементи, що підкреслює важливість культурної специфіки [4]. Наприклад, жарти, засновані на політичних або культурних референціях, можуть бути зрозумілими лише для певної аудиторії, що може призвести до непорозуміння для тих, хто не знайомий з контекстом. Локальні культурні елементи, впроваджені в глобальні медіаматеріали, також можуть викликати різні реакції. Наприклад, адаптація локальних жартів у міжнародних серіалах може створювати гумор, зрозумілий для ширшої аудиторії, але в той же час може стати причиною культурних невідповідностей.

Перекладознавчий аспект має на меті вивчити виклики, які постають перед перекладачами при перенесенні гумору з інтертекстуальними елементами. Переклад гумору є особливо складним завданням, оскільки він часто базується на тонких мовних нюансах і культурних референціях, що можуть бути втрачені в процесі перекладу. Це створює ризик не лише втрати комічного ефекту, але й викривлення сенсу послання. Перекладачі повинні розуміти, які елементи є критично важливими для збереження гумору, і використовувати різноманітні стратегії для адаптації тексту до цільової аудиторії. Локалізація є однією з найбільш поширених стратегій, яка дозволяє адаптувати інтертекстуальні елементи до культури цільового читача. Вона може включати заміну культурних референцій на

відповідні для аудиторії або навіть створення нових жартів, які зберігають суть оригіналу. Аналіз успішних і неуспішних прикладів перекладу гумору в ситкомах демонструє, що навіть незначні зміни в контексті можуть впливати на сприйняття жарту. Успішні приклади показують, як правильно адаптовані посилання можуть зберегти комічний ефект, тоді як неуспішні приклади можуть призводити до плутанини та втрати значення.

Узагальнюючи, інтертекстуальність є невід'ємною частиною сучасного гумору в англійськомовних медіаматеріалах. Вона дозволяє створювати багатопланові структури, що збагачують гумористичні тексти та сприяють глибшому осмисленню актуальних питань і проблем. Розгляд лінгвопрагматичних, лінгвокультурних та перекладознавчих аспектів підкреслює важливість контексту в сприйнятті гумору. Подальші дослідження можуть зосередитися на аналізі впливу нових технологій і соціальних медіа на інтертекстуальність у гуморі, оскільки це відкриває нові горизонти для розуміння сучасних комічних явищ і їхньої адаптації в різних культурних контекстах. Це може сприяти розвитку нових методів і підходів до вивчення гумору, а також до створення медіаматеріалів, що враховують різноманітність культурних перспектив.

Література:

1. Allen, Graham. *Intertextuality*. Routledge, 2000.
2. Attardo, Salvatore. *Linguistic Theories of Humor*. Walter de Gruyter, 1994.
3. Kristeva, Julia. *The Kristeva Reader*. Columbia University Press, 1986.
4. Martinez Sierra. "Exploring Sociolects in Audiovisual Texts. A New Concept?" *Translation and Humour*, vol. 1, 2008, pp. 167-191.
5. Yus, Francisco. "Humor and the Search for Relevance." *Journal of Pragmatics*, 2003.