

*Полтаран О. О.,
аспірантка,
викладачка кафедри англійської філології
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*

ЖАНРОВА СПЕЦИФІКА АМЕРИКАНСЬКОГО СКЕТЧ-ШОУ «SATURDAY NIGHT LIVE»

Анотація. Стаття присвячена дослідженню мовленнєво-жанрової специфіки американського скетч-шоу. Проаналізовано поняття мовленнєвого жанру, розглянуто підходи до вивчення мовленнєвих жанрів і їх класифікації. Під мовленнєвим жанром розуміється стійка форма організації ситуації спілкування, яка складається з мовленнєвих актів. Класифікація мовленнєвих жанрів варіюється залежно від підходу, у якому вони досліджуються (структурного, семантичного, комунікативного, прагматичного). Досліджуваний мовленнєвий жанр є кінотекстом, який у роботі визначається як тип комічного повідомлення, що виражається вербально та невербально і є придатним для відтворення на екрані й аудіовізуального сприйняття. Структура мовленнєвого жанру скетч-шоу будується за допомогою кінематографічних кодів (ракурсу, світла, кадра, плану, сюжету, монтажу тощо). Мовленнєво-жанрова специфіка американського скетч-шоу «Saturday Night Live» простежується у таких характеристиках, як комунікативна мета шоу, що є викликанням у адресата сміху, адекватної реакції на комічне. Концепція автора розглядається як сукупний продукт діяльності не конкретної людини, а команди професіоналів, від якої залежить сюжет скетчу (сценариста, режисера, продюсера, гримера тощо). Фактор адресата має вплив на мовленнєво-жанрову специфіку, від якої залежить, чи буде аудиторія адекватно та коректно реагувати на жарти, чи ні. Композиція подій відтворена у структурних елементах мовленнєвого жанру скетч-шоу: назві, вступній та основній частинах, фіналі. Сюжети скетчів стосуються актуальних проблем суспільства, враховується характер учасників, оцінка скетчів, часова перспектива, зв'язок із адресантом та адресатом. Фактор комунікативного минулого та майбутнього впливає на популярність скетч-шоу «Saturday Night Live»: від роботи команди залежать рейтинги, зацікавленість аудиторії. Мовне втілення відіграє важливу роль у створенні комічного ефекту. Вербальна складова частина є ключовою у мовленнєвому жанрі скетч-шоу, гумористичний текст є провідним компонентом, тоді як невербальні та надвербальні елементи підсилюють його ефективність. Комічне втілюється на будь-якому мовному рівні (фонетичному, лексичному, стилістичному тощо). Здійснений аналіз є спробою дослідження мовленнєво-жанрової специфіки американського скетч-шоу «Saturday Night Live» шляхом виокремлення його ключових особливостей на рівні мовленнєвого жанру.

Ключові слова: жарт, кінотекст, мовленнєвий жанр, скетч-шоу.

Постановка проблеми. Поняття мовленнєвого жанру (далі – МЖ) посідає чільне місце у прагмалінгвістиці, соціолінгвістиці, стилістиці, лінгвістиці тексту, дискурс-аналізі. Об'єктом наукової гуманітарної думки стала також лінгвістична генологія. Дослідники не дотримуються єдиної загально визна-

ної теорії жанру, але описують його фундаментальні основи, які ґрунтуються на концепції М.М. Бахтіна. Питаннями аналізу та типології МЖ займалися Н.Д. Арутюнова, Ф.С. Бацевич, О.І. Горошко, В.В. Дементьев, О.В. Дерпак, Т.В. Дубровська, Х.Ю. Д'яків, І.А. Синиця, Т.В. Яхонтова та ін., але досі у дослідженнях нерозкритою лишається мовленнєво-жанрова специфіка МЖ скетч-шоу, яка поєднує унікальні характеристики МЖ та кінотексту.

Мета статті полягає в аналізі та встановленні мовленнєво-жанрової специфіки американського скетч-шоу «Saturday Night Live», котре належить до різновиду кінотексту. Об'єктом дослідження є мовленнєвий жанр скетч-шоу, а предметом уважаємо його лінгвостилістичні особливості. Актуальність наукової розвідки полягає у тому, що специфіка жанру розглядається вперше на матеріалі американського скетч-шоу «Saturday Night Live».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Типологію й аналіз статусу МЖ представлено у працях О.О. Землякової, Г.М. Пасько, А.В. Паславської, О.А. Черниш, С.А. Шабат-Савки, А.Г. Шиліної та ін. Ці дослідження є основою для загальної мовленнєво-жанрової таксономії. Сучасні розвідки також займаються питаннями аналізу нових окремих МЖ: інтерв'ю [1], світської бесіди [2], монографії [3], суперечки [4], політичного тексту [5]. Дослідники наголошують на тому, що МЖ є продуктом дискурсивної природи, та вважають, що їх сукупність створює дискурс. МЖ постає як зразок організації тексту у ситуації спілкування, який складається з одного або більше речень (мовленнєвих актів) [6, с. 159]. Утім, жанри трактуються по-різному, найскладнішим у цьому стає виокремлення адекватних критеріїв.

У роботі Ю.М. Тинянова «Про основи кіно» вперше було поставлено питання про кінотекст як комплексне та багатозначне поняття, яке включало пошуки специфічного героя, кінорозповідь, аналіз прийомів виразності у кіно та літературі, порівняння роману та кінороману, аналіз сюжету та фабули, вивчення стилю та жанру паралельно із тотожними поняттями у літературі тощо [7]. До питань дефініції й аналізу кінотексту у своїх працях звертаються Н.Д. Борисенко, Г.Г. Слишкін, М.А. Єфремова, І.Н. Лаврінченко, Ю.М. Лотман, G. Currie, S. Kozloff, R. Jakobson. Вітчизняні наукові розвідки пропонують дослідження, пов'язані із дискурсом кіно та його особливостями [8; 9].

Виклад основного матеріалу. На думку Ф.С. Бацевича, кожен МЖ «є носієм узагальненого комунікативного смислу та скерований на адресата» [10, с. 62]. В.В. Дементьев запропонував типологію МЖ, яка базується на протиставленні двох протилежних мовленнєвих смислів – фатики

й інформатики. Для фатичних МЖ дослідник пропонує два фактори: 1) непрямий ступінь і 2) положення на шкалі міжособистісних відносин А.Р. Баляяна. У свою чергу, інформативні жанри можна поділити на особистісно релевантні, котрі можуть погіршити або покращити стосунки, й особистісно нейтральні [11, с. 14; 12, с. 39].

У дослідженні розглядається мовленнєво-жанрова специфіка гумористичного МЖ, який базується на мовленнєвому жанрі *жарту* та може бути зарахований до фатичних МЖ [13]. Услід за В.О. Самохіною жарт визначається як «ситуативно-вербальна одиниця жартівливої комунікації, інгерентними ознаками якої є ігровий елемент комічного, обмануте очікування і принцип інконгруентності, що мають наскрізний характер і реалізуються на всіх рівнях [14, с. 35].

Скетч-шоу (англ. *sketch show, sketch comedy*) визначається як комедійний телевізійний серіал, який містить декілька скетчів, комічних за ситуацією або характером, тривалість яких становить від 1 до 10 хв [15]. Скетчі можуть утілюватися одним або декількома акторами, механізм створення гумору змінюється у кожному скетчі, але існують елементи, що повторюються. Скетч-шоу характеризується як окремий вид тексту, а саме як кінотекст. Г.Г. Слишкін уважає, що кінотекст – це цілне та завершене повідомлення, яке виражається вербальними та невербальними знаками, організовується за задумом автора за допомогою кінематографічних кодів, котрі фіксуються на матеріальному носії, та є придатним для відтворення на екрані й аудіовізуального сприйняття глядачами [16, с. 19]. Отже, скетч-шоу може бути проаналізовано як різновид мовленнєвого жанру кінотексту, оскільки структура його інформативної складової частини будується за допомогою особливих кінематографічних кодів (ракурсу, світла, кадра, плану, сюжету, монтажу тощо), але, на відміну від інших жанрів кінотексту, кодова система скетч-шоу за головну мету має насамперед викликання в адресата сміхової реакції.

МЖ скетч-шоу як різновид кінотексту гумористичної спрямованості може бути проаналізований за допомогою схеми опису моделі МЖ, запропонованої Т.В. Шмельовою: 1) комунікативна мета; 2) концепція автора; 3) концепція адресата; 4) зміст (композиція) подій; 5) фактор комунікативного минулого та фактор комунікативного майбутнього; 6) мовне втілення [17].

Розглянемо мовленнєво-жанрові особливості скетч-шоу на матеріалі американської телепередачі «Saturday Night Live» – шоу, яке є дуже популярним у США та транслюється переважно в англійськомовних країнах. Телепередача щотижня виходить на телеканалі NBC із 1975 р. та є відомою завдяки пародіям на політиків, акторів, музикантів.

1. Комунікативна мета. Це найголовніший критерій, за яким розрізняється типологія МЖ (інформативні, імперативні, етикетні, оцінні). Насамперед МЖ скетч-шоу «Saturday Night Live» має на меті передачу інформації гумористичного плану, щоб розсмішити адресата, викликати сміх в аудиторії, отже, тип МЖ скетч-шоу є інформативним. Структура та сюжетна лінія скетчів побудована на гумористичному підґрунті, що можна простежити, наприклад, на такому уривку (див. рис.): на рисунку представлена пародійна ситуація, яка відбувається під час телеінтерв'ю із колишнім президентом США Д. Трампом і ведучою, котра ставить йому питання про коментарі, що ображають жінок. У відповідь він продовжує використовувати кра-

мольні коментарі (*bop it, twist it, pull it*) щодо жіночої аудиторії. Ведуча незадоволена цією відповіддю, це можна побачити на рисунку. Комунікативна мета цього фрагменту – донести до аудиторії інформацію про імідж Д. Трампа, про те, що він не змінить своєї позиції щодо жінок і продовжить поводитися з ними нечемно.

2. Концепція автора. Цей фактор містить у собі інформацію, яка надалі слугує базою для диференціювання типового МЖ [18]. У скетч-шоу, як і в будь-якому іншому жанрі кінотексту, автор є колективним, репрезентація кожного скетчу залежить не від однієї конкретної людини, а від цілої команди. Безумовно, провідною фігурою тут виступає сценарист, але цільна концепція скетчу як одиниці МЖ залежить також від режисера, продюсера, звукооператора, гримера, костюмера тощо.

3. Концепція адресата. Аналізуючи феномен адресата в гумористичній комунікації, В.О. Самохіна виділяє такі основні його риси: готовність сприймати комічне несерйозно, наявність фонових знань, знання екстралінгвального аспекту, здатність до отримання інформації із жарту (інформація стосується лінгвокультурного компоненту) [19, с. 103]. У МЖ скетч-шоу адресат є колективним, поліадресатним (із референцією до множинного адресату), національним (аудиторія США є підготовленою до сприйняття та дешифрування жартів, тоді як іншопольтурний адресат може мати труднощі з розумінням іноземних реалій, складнощі зазвичай викликають інтертекстуальні посилання). Адресат скетч-шоу «Saturday Night Live» є адресатом-емпатиком, тому що він заздалегідь налаштований на те, що обов'язково почує жарт і розсміється, незалежно від того, на яку тему учасники шоу будуть жартувати.

4. Композиція подій. Цей параметр простежується у структурних елементах МЖ скетч-шоу: назві скетчу (за наявності), вступній частині (привітання ведучих), основній частині (презентації комедійного скетчу), завершальній частині (оплесках і сміху аудиторії). Тематика скетчів зумовлюється наявними питаннями та проблемами у суспільстві, але головною вимогою залишається актуальність і цікавий характер виступів, враховуються також характер дійових осіб, оцінка, що надається скетчам, їхня часова перспектива, зв'язок із особистісною сферою адресанта / адресата тощо. На відміну від більшості МЖ, зокрема МЖ жарту, жанрова специфіка скетч-шоу будується на візуальному (декораціях, світлі, гримі, поведінці акторів) та аудіальному (музичному супроводі, закадровому сміху) компоненті.

5. Фактор комунікативного минулого та фактор комунікативного майбутнього. Ці компоненти розглядаються як події, що передують і наслідують МЖ скетч-шоу, оскільки як минуле, так і майбутнє мають значення для жанрової специфіки. Фактор комунікативного минулого вбачається у роботі команди професіоналів, яка працює над створенням скетч-шоу. За Т.В. Шмельовою, виділяються ініціативні МЖ та МЖ-реакції [20, с. 16]. Скетч-шоу «Saturday Night Live» належить до МЖ-реакції, оскільки реакцію адресата можна спостерігати з оглядом на концепцію фактору комунікативного майбутнього: після виходу чергового випуску скетч-шоу глядачі оцінюють його, впливаючи на рейтинг на відомих Інтернет-ресурсах кінокритики (наприклад, на веб-сайті Rotten Tomatoes рейтинг шоу становить у середньому 70%, на платформі IMDb – 8.0/10). Це свідчить про стабільно високу популярність скетч-шоу, позитивну реакцію адресата.

6. Мовне втілення. Безумовно, вербальна складова частина скетч-шоу виконує провідну роль у створенні комічного ефекту МЖ скетч-шоу, що є головною метою авторів. Слід згадати основні теми, які слугують підґрунтям для побудови жартів. Американська сміхова культура базується здебільшого на перебільшеннях, передражнюваннях, каламбурі, пародійності, антиклаймексі [14, с. 140]. Засоби передачі гумору тут можуть варіюватися від фонетичного та лексичного до стилістичного та синтаксичного рівнів. Наведімо декілька прикладів: 1) – *Hillary, so how does Mr. Clinton feel about affairs regarding COVID-19? – Oh, he doesn't know, he's never had one* [21]. У цьому прикладі гумор обіграється через лексему *affairs*, яка може означати як «справи», так і «інтрижку, роман». Адресат розуміє, що відповідь насправді не стосується проблем, пов'язаних із COVID-19, а йдеться про його романи. Проте Гіларі упевнено відповідає, що її чоловік із цим не пов'язаний. 2) *Change, change, change... This is all we'll have if Donald Trump is elected president* [21]. У цьому прикладі використано прийом діакопу – повтору одного чи декількох слів. Діакоп інтенсифікує каламбур, побудований на полісемії слова *change* (переміни, дрібні гроші) і є проявом рефреймінгу смислу. Також можемо спостерігати інтенцію погіршення іміджу колишнього президента США Дональда Трампа – замість обіцяних змін у країні люди можуть лишитися без грошей, отже, його словам не можна довіряти. Повтори *Change, change, change* є інтертекстуальною алюзією на слова Гамлета (*Words, words, words*).

Висновки. Жанрова специфіка американського скетч-шоу «Saturday Night Live» є складним конструктом, що базується на характеристиках моделях МЖ жарту та кінотексту. Гумористична спрямованість скетч-шоу задає відповідну тональність і параметри, за якими це шоу може функціонувати й отримувати адекватну реакцію глядачів. Так, провідними ланками у жанровій специфіці можемо назвати інформативність МЖ, концепцію автора, фактор адресата, фактор комунікативного минулого та мовне втілення. Перспективу подальших досліджень убачаємо у детальному розгляді скетч-шоу «Saturday Night Live» як МЖ з урахуванням його дискурсивної специфіки під впливом категорії інтенціональності.

Література:

1. Кітаєва Т.М. Диференційні ознаки мовленнєвого жанру «інтерв'ю». *Лінгвістичні студії*. 2013. Вип. 27. С. 194–200.
2. Жовнір М.М. Світська бесіда як український лінгвокультурний феномен і її трансформації в часі : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Полтавський нац. пед. ун-т ім. В.Г. Короленка. Полтава, 2016. 238 с.
3. Козубська І.Г. Лінгвопрагматичні параметри мовленнєвого жанру «монографія» в англійській мові (на матеріалі текстів з інформаційних технологій : дис. канд. філол. наук : 10.02.04 / Запорізь. нац. ун-т. Запоріжжя, 2018. 230 с.
4. Романюк І.В. Мовленнєвий жанр суперечка в діалогічному мовленні персонажів (на матеріалі оповідних текстів І.С. Нечуя-Левицького). *Питання загальної та комунікативної лінгвістики*. 2016. Вип. 26. С. 16–19.
5. Кондратенко Н.В. Типологія мовленнєвих жанрів українського політичного дискурсу. *Studia philologica*. 2017. Вип. 9. С. 18–22.
6. Компаній О. Мовленнєвий жанр: лінгвостилістичний аспект. *Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини*. 2016. Вип. 2. С. 157–164.
7. Тынянов Ю.Н. Об основах кино. Поэтика. История литературы. Кино. Москва, 1977. С. 326–345.

8. Гайданка Д.В. Дискурс кіно в ракурсі новітніх парадигм: особливості й типологія. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*. 2015. № 16. С. 99–101.
9. Крисанова Т.А. Актуалізація негативних емоцій в англомовному кінодискурсі: когнітивно-комунікативний і семіотичний аспекти : дис. ... докт. філол. наук : 10.02.04 / Харків. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. Харків, 2020. 514 с.
10. Бацевич Ф.С. Вступ до лінгвістичної генології : навчальний посібник. Київ : Видавничий центр «Академія», 2006. 248 с.
11. Боса Т.С. Теоретичні засади дослідження мовленнєвого жанру. *Science and Education : A New Dimension. Philology*. VI (42). Issue 149, 2018. P. 11–14.
12. Дементьев В.В. Фатические и информативные коммуникативные замыслы и коммуникативные интенции: проблемы коммуникативной компетенции и типология речевых жанров. *Жанры речи*. Вып. 1. 1997. С. 34–44.
13. Арутюнова Н.Д. Жанры общения. Человеческий фактор в языке. *Коммуникация, модальность, дейксис*. Москва : Наука, 1992. С. 52–56.
14. Самохіна В.О. Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії та США : монографія. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. 360 с.
15. Killing my lobster: 24+ years of sketch comedy in San Francisco. URL: <https://www.killingmylobster.com/what-is-sketch-comedy> (last accessed: 12.10.2021)
16. Слышкин Г.Г. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа). Москва : Водолей Publishers, 2004. 153 с.
17. Шмелева Т.В. Речевой жанр. Опыт общепилологического осмысления. *Collegium*. 1995. № 1–2. С. 57–65.
18. Виноградов В.В. Избранные труды. О языке художественной прозы. Москва, 1988. С. 203–210.
19. Самохіна В.О. Феномен адресата в комунікативному просторі комічного. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов*. 2016. 1. № 84. С. 99–107.
20. Речевые жанры СМИ: теория и практика : учебно-методическое пособие / сост. Е.В. Осетрова. Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2012. 68 с.

Список джерел ілюстративного матеріалу:

21. Saturday Night Live. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/user/SaturdayNightLive>

Poltaran O. Genre specificity of the American sketch show “Saturday Night Live”

Summary. This article is a study of speech and genre specificity of the American sketch show. The concept of speech genre is analyzed, approaches to the study of speech genres and their classification are reviewed. The speech genre is a steady form of the communication situation organization, which consists of speech acts. The classification of speech genres varies depending on the approach according to which they are studied (structural, semantic, communicative, pragmatic). The speech genre under study is a film text, which is defined in the article as a type of a comic message expressed verbally and non-verbally and that is suitable for on-screen display and audiovisual perception. The structure of the sketch show speech genre is built with the help of cinematic codes (angle, light, frame, plan, plot, editing, etc.). The speech and genre specificity of the American sketch show “Saturday Night Live” can be traced in the following characteristics: the communicative purpose of the show, which is to provoke laughter in the addressee, an adequate reaction to the comic message. The concept of the author is considered as a cumulative arti-

fact not only of a particular person, but of a professional team, on which the plot of the sketch depends (a screenwriter, director, producer, make-up artist, etc.). The factor of the addressee, which has an impact on the speech and genre specificity, on which it depends whether the audience respond to jokes properly or not. The composition of events is represented in the structural elements of the speech genre of the sketch show: a title, introductory and main parts, a finale. The subjects of the sketches relate to current issues of society, considering the nature of the participants, sketches evaluation, time perspective, connection between the sender and the recipient. Communicative past and future factors influence the pop-

ularity of the sketch show “Saturday Night Live”: ratings and audience interest depend on the work of the team. Linguistic embodiment plays an important role in creating a comic effect. The verbal component is core in the speech genre of the sketch show, the humorous text is the leading component, while the non-verbal and supravverbal elements enhance its effectiveness. A comic message is represented at any language level (phonetic, lexical, stylistic, etc.). This analysis is an attempt to study the speech and genre specificity of the American sketch show “Saturday Night Live” by identifying its key elements at the level of the speech genre.

Key words: film text, joke, sketch show, speech genre.