

## Невербальні засоби створення комічного ефекту у англомовній стендап-комедії

Т. В. Пилипчук, О. А. Лященко

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна  
Corresponding author. Email: pylypchuk0608@gmail.com

Paper received 07.04.21; Accepted for publication 16.04.21.

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2021-251IX74-12>

**Анотація.** Стаття присвячена стендап-комедії як жанру комічного дискурсу. У статті описано зміст поняття стендапу. Висвітлено питання комічної ситуації, яка має місце у комедійних шоу. Охарактеризовано невербальні засоби у створенні комічного ефекту. А також проаналізовано типи відношень між вербальними та невербальними засобами комунікації у англомовній стендап-комедії.

**Ключові слова:** *стендап, жарт, комічний ефект, невербальні засоби.*

Стендап, будучи жанром комічного дискурсу, є, можливо, найстарішою, найуніверсальнішою, і водночас найпростішою, і найзначимішою формою гумористичного вираження. Це найчистіша комунікація між публікою та коміком, яка виконує по суті ті самі соціальні та культурні ролі в практично всіх відомих суспільствах минулого та сьогодення [1, с. 71].

Ця робота розглядає стендап-комедію таких акторів-вихідців із Близького Сходу, як Маз Джобрані (Maz Jobrani) та Рассел Пітерз (Russell Peters). Їхні шоу, присвячені проблемам комунікації між представниками англомовної спільноти та жителями Близького Сходу, спрямовані на розкриття невідповідностей суспільства, відображення моральних цінностей різних національностей, викриття етнічних стереотипів та упереджень.

**Об'єктом** дослідження є невербальні засоби комунікації, які застосовуються коміками для створення комічного ефекту. **Предметом** дослідження постають типи відношень між невербальними та вербальними засобами у стендап-комедії.

Першим, хто спробував дати визначення поняттю «стендап-комедії», вважають Лоренца Мінца, який розглядав стендап, як зустріч аудиторії та одного стоячого на сцені виконавця, який поводить себе комічно та/або говорить кумедні речі безпосередньо аудиторії; якому не допомагають ні костюми, ні реквізит, ні художнє оформлення тощо. Також науковець наголошує на відносній безпосередності комунікації між коміком та аудиторією і пропорційній важливості комічної поведінки та діалогу, на відміну від розвитку сюжету та ситуації [1, с. 71-72].

Викладач стендап-комедії Кентського університету С. Кірк визначає стендап, як складну взаємодію/ діалог, який вимагає від аудиторії інтерпретативної компетентності та активної участі, у якій комедійний актор несе відповідальність за організацію та керування відповідями [2, с. 2-4].

Отже, як видно з вищезазначених дефініцій, стендап – це діалог між комедійним актором та аудиторією, від якої вимагають взаємодії.

Сучасні розвідки вказують на такі характерні властивості стендап-комедії: професійна мова (стендап-коміки оперують у спілкуванні між собою термінами, що зрозумілі тільки представникам інституту комедії), стратегічне планування (виступ стендап-коміка готується заздалегідь, він добирає жарти, відпрацьовує техніку їх презентації глядачеві), імпрровізація, форма самовираження та емоційність, інтерактивний характер, реалістичність та гротескна гіперболізованість [4, с. 10].

Також вважаємо доцільним висвітлити питання комічної ситуації, яка має місце у комедійних шоу. Комічна ситуація є видом комунікативної ситуації, в якій адресант кодує повідомлення таким чином, щоб викликати комічний ефект у адресата [5, с. 113-114]. Досягнення комічного ефекту здійснюється тільки за наявності в адресата (глядача) певної когнітивної бази. Інакше кажучи, якщо адресат знайомий з базовими стереотипами і прецедентними феноменами, він без особливих зусиль, а головне, миттєво, зможе правильно інтерпретувати запропонований йому жарт [7, с. 392].

Невербальні компоненти комунікації є невід'ємною складовою стендап-комедії, адже комедійні актори постійно вдаються до них в своїх шоу.

До невербальних засобів відноситься набір компонентів немовного характеру, які створюються у результаті жестово-рухової та голосової діяльності мовця під час комунікації та використовуються ним поряд із вербальними засобами комунікації через набуття комунікативно значущого характеру в процесі спілкування [8, с. 59].

Г. Крейдлін виокремлює паралінгвістичні (звукові коди невербальної комунікації: голос, тон, тембр та ін.), кінесичні (жести рук, голови, ніг, вираз обличчя (мімічні жести), постава й ін.), окулесичні (мова очей та візуальна поведінка комунікантів), аускультативні (слухове сприйняття звуків та аудіальна поведінка співрозмовників) і гаптичні (мова доторкань) невербальні засоби комунікації та ін. [3, с. 22].

Аналіз ілюстративного матеріалу засвідчив, що найчастіше у своїх шоу Рассел Пітерз та Маз Джобрані вдаються до паралінгвістичних (змінюють тон, тембр, збільшують/зменшують тривалість пауз та складів), кінесичних (застосовують жести рук, пальців, голови, ніг, мімічні жести) та окулесичних (закочують очі, закривають їх) невербальних засобів для створення комічного ефекту.

Варто наголосити, що невербальні та вербальні засоби комунікації в стендап-комедії не просто існують, вони перебувають у постійній взаємодії. За типологією О. В. Пойманової [6] можна виділити такі типи відношень між невербальними та вербальними засобами:

- повторювальні (зображення в основному повторює, дублює вербальну частину);
- додвальні (зображення надає глядачу вагому додаткову інформацію);
- виокремлювальні (зображення акцентує увагу на певному аспекті вербальної інформації, яка за своїм обсягом ширша за невербальний компонент);

- зображально-центричні (зображення відіграє провідну роль, вербальна частина лише пояснює і конкретизує його);

- опозитивні (зміст, який передається зображенням, суперечить вербальній інформації, що сприяє створенню комічного ефекту);

- реакційні (вербальна частина є реакцією на невербальний компонент, певним його коментарем).

Розглянемо типи відношень між вербальними та невербальними засобами у стендап-комедії Рассела Пітерза та Маза Джобрані.

Наведемо приклад жарту з власного досвіду Рассела Пітерза про торг з китайцем, який став особливо популярним (більше 6 мільйонів переглядів). Так, комік розповів, що його зацікавила сумка, яка, як виявилось, коштувала 35 доларів, але китаєць не піддавався на зменшення ціни, проте і не хотів відпускати клієнта, закликаючи його «бути чоловіком» і купити річ:

- *How about 30?.....I give you thirty”.*

- *Nooooooo [imitating Chinese accent, rolling eyes]. I can't do 30 dollars. I sell you 30 dollars today. You come tomorrow, I close down [imitating Chinese accent, rolling eyes, extending arms].*

- *Give me a deal on the purse, man. I don't wanna pay 35 bucks.*

- *Okay, one second, I talk to my wife. One second. Thank you [imitating Cantonese] Okay... You seem like a nice guy, I give you best price. \$ 34,50! [imitating Chinese accent, rolling eyes, extending arms].*

- *I'm like “That's 50 cents, man.*

- *50 cents – a lot of money. You save 50 cents here, then maybe you go somewhere else. You save another 50 cents. Then you have one dollar [demonstrating 1 finger]. Then you take your dollar, you go to the dollar store, you buy something else [imitating Chinese accent, rolling eyes, extending arms] [10].*

Як видно з цього уривку стендап-комедії, вербальні і невербальні складові жарту органічно переплітаються і з'єднуються, досягаючи при цьому основної цілі – викликавши сміх глядачів.

У вищенаведеному жарті спостерігався **повторювальний** тип відношень між вербальними і невербальними компонентами жарту, а також при імітації відповідей китайця прослідковуємо **додавальний** тип відношень, коли імітація китайського акценту, інтонація, заочування очей, застосування жестів рук додали глядачу вагому додаткову інформацію, допомогли уявити ситуацію, що сталася з коміком у торговельному центрі та викликати комічний ефект.

Проілюструємо жарт, де немовні та мовні засоби мають **зображально-центричний** тип відношень. Імітація давання “підзатильника” дитині просто так, зціплення зубів для демонстрації виховання дітей пуерториканцями, та заочування очей, підняття брів для зображення виразу обличчя мексиканських батьків, у поєднанні з латинським акцентом посилюють експресію епізоду та створюють комічний ефект.

*Your dad's Puerto Rican. Your mom's black. They must've whooped your ass for no reason, sometimes, right? [Russell Peters to the audience member]*

- *Ay, son, come here! [Latino accent] ...[thud sound, clenched lips, imitating giving his son a slap upside the head]*

- *What is that for? [kid's voice]*

- *I know you did some shit, when I wasn't there [Latino accent, pointing his finger at the son]*

*Mexican parents? They'll do the “Mira!” [Latino accent]...[rolling eyes, lifting eyebrows][11].*

Наведемо ще один жарт, де між невербальними та вербальними компонентами спостерігається **зображально-центричний** тип відношень. В одному зі своїх шоу Рассел Пітерз розповідає про те, як в'єтнамці пересуваються скутером. На його думку, скутер слугує для перевезення всієї сім'ї і нічим не відрізняється від мінівена. Так, цю думку доводить наступне твердження: *I didn't know until I went to Vietnam, that you can actually use a scooter as a minivan. I didn't know. You will see an entire family on a scooter. Like dad will sit here [demonstrating], right, on the little piece of seat and a small child will sit there [demonstrating], and then another small child will stand in front [demonstrating], and then mom will sit off to the side on the back like that [demonstrating], and then another kid will sit off to the side this way [demonstrating], one more kid will face that way [demonstrating], and there'll be three kids doing back flips [demonstrating back flips], while he is driving on the street [12].*

Комізм ситуації посилюється низкою засобів, спрямованих на візуалізацію ситуації, а саме використанням вербальних: повтори (*didn't know*), дейктичні інтенсифікатори (*here, there, right, in front, after the side on the back, like that, this way, that way*), порівняння (*use a scooter as a minivan; these are all professional stunt drivers.*), гіпербола (*an entire family on a scooter, three kids doing back flips*), та невербальних засобів – жестів рук, ніг, постави.

Звертання до публіки в кінці жарту з проханням не повторювати цього в домашніх умовах (парадокс) посилює комізм: *Sir, do not attempt to do this at home. These are all professional stunt drivers.*

В'єтнамці навіть пристосувались їсти, знаходячись позаду цього транспортного засобу: *Dad is weaving in and out of traffic [demonstrating riding a scooter]. Mom's is on the back eating [demonstrating eating].* Застосування відповідних жестів та міміки для опису ситуації є ключовими для даного жарту, саме вони продукують комічний ефект.

Проілюструємо жарт, де мовні та немовні засоби утворюють **опозитивний** тип відношень: *Indian people are the worst. 'Cause uh...You tell my name to a white guy: “Russell Peters.” “How're you doing? Nice to meet you.” Indian people, they'll first want to question you. And the Indian people, when they try to get information out of you, they're the worst at it. They're not very convincing. You can always tell when an Indian person's trying to convince you to tell them something. 'Cause when they're trying to convince you, they give you this look like they're taking a sh\*\*. They do. They'll come like this. “Hey, Russell.” [extending his hand, grimacing his face] “Russell... [straining] “Russell...” It's what they do. They're not very convincing people, you know? [13]*

Як видно з жарту, невербальні засоби (протягування руки, кривляння обличчя, розтягування імені) суперечить вербальній інформації, а саме твердженню про те, що перед тим, як познайомитись, індієць повинен випитати всю інформацію, проте не задає запитань.

**Виокремлювальний** тип відношень прослідковується у жарті, в якому Маз Джобрані розповідає, як він

протестував та, як це робили американці. Зображення ходьби маршем акцентує увагу на такому аспекті вербальної інформації, як різниця поведінки американців та людей, які народились не в Америці, під час протесту:

- *Ed, let me tell you something I learned at the protest. White people born in America protest differently than people of color and other people not born in America. We were down there, all marching together, everything's going fantastic. We're marching, moving forward. And then suddenly the riot police came out, and I was like, "Oh, sh\*\*". I'm just gonna go protest over here for a minute.* [speaking quietly, bending his head, moving aside] *But the white dudes did not care. They're just, "Out of my way, copper. Here I come. It's my right. Here I come, copper. Out of my way. It's my right" [crying loudly, marching forward confidently, using a coordinated arm swing]* [9]

Так, як видно з вищенаведеного жарту, американці не бояться поліції, тому продовжують марширувати вперед

та впевнено навіть, коли поліція прибуває на місце протесту. На відміну від американців, не білошкірі та іммігранти поведуться по-іншому – опускають голову, відходять в сторону. Комічний ефект досягається завдяки невербальним засобам зображення поведінки протестувальників, а також голосним вигукам “З дороги, поліцейський. Ось я. Це моє право” для зображення поведінки американців.

Підсумовуючи сказане, вважаємо, що невербальні засоби є невід’ємними у стендап-комедії таких акторів, як Рассел Пітерз та Маз Джобрані. У своїх виступах коміки широко застосовують паралінгвістичні, кінесичні та окулесичні невербальні засоби для створення комічного ефекту. Невербальні засоби у їхніх жартах повторюють, додають та виокремлюють вербальну частину, а також можуть бути зображально-центричними та опозитивними по відношенню до вербальної складової жарту.

#### ЛІТЕРАТУРА

- Mintz Lawrence E. Standup Comedy as Social and Cultural Meditation/American Quarterly, Vol. 37, No. 1, Special Issue: American Humor (Spring, 1985), pp. 71-80.
- Quirk Sophie. Why Stand-up Matters: How Comedians Manipulate and Influence, 2015. – 256 p.
- Крейдлин Г.Е. Невербальная семиотика: Язык тела и естественный язык / Г. Е. Крейдлин. –М.: Новое литературное обозрение, 2002. – 580 с.
- Лобова О.К. Англоговна стендап-комедія як жанр комічного інституційного дискурсу: автор. дис. на здобуття наукового ступеня канд. філол. наук: 10.02.04 / Оксана Костянтинівна Лобова // Харків, 2013. – 23 с.
- Михалькова Е. В. Прагматика и семантика инвективы в массмедийном дискурсе (на материале русских и американских комедийных телешоу): дис канд. филол. наук // Елена Владимировна Михалькова // Тюмень, 2009. – 207 с.
- Пойманова О.В. Семантическое пространство видеовербального текста: автореф. дисс. канд. филол. наук: спец. 10.02.19 “Общие языкознание, социолингвистика, психолингвистика” / О.В. Пойманова. – Москва, 1997. – 21 с.
- Самохіна В. О. Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії та США: монографія. – Вид. 2-е, перер. і доп. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. – 476 с.
- Солошук Л.В. Невербальні компоненти комунікації як засоби створення комічного ефекту у сучасному англоговному дискурсі // Science and Education a New Dimension. Philology, V(29), Issue: 116, 2017.

#### ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

- Maz Jobrani: Immigrant [Electronic resource] / Maz Jobrani. – Access mode: <https://www.netflix.com/ua/title/80179433>
- Russell Peters: Comedy Now. “Be a man!” [Electronic resource] / Russell Peters. – Access mode <https://www.youtube.com/watch?v=ITwPzduUmCw>
- Russell Peters: Outsourced. Beat your kids [Electronic resource] / Russell Peters. – Access mode
- [https://www.youtube.com/watch?v=3gD1woa\\_Cbw](https://www.youtube.com/watch?v=3gD1woa_Cbw)
- Russell Peters: Outsourced. Part 1 [Electronic resource] / Russell Peters. – Access mode: <https://dotsub.com/view/959067cb-702e-48b2-ade5-606126730732>
- Russell Peters: Outsourced. Part 3 [Electronic resource] / Russell Peters. – Access mode: <https://dotsub.com/view/e74dad6c-c2f3-4d15-923b-3dc54300edd4>

#### REFERENCES

- Kreydlin G.E. Non-Verbal Semiotics: Body Language and Ordinary Language/ G.E. Kreydlin. – Moscow, 2002 – 580 p.
- Lobova O.K. British and American Standup-Comedy as a Genre of Comic Institutional Discourse. – Thesis abstract for a Candidate Degree in Philology. Speciality 10.02.04 – Germanic languages. / O. K. Lobova // Kharkiv, 2013. – 23 p.
- Myhalkova E.V. Pragmatics and semantics of the invective in the mass media discourse (based on Russian and American comedy shows). – Thesis for a Candidate Degree in Philology / E. V. Myhalkova // Tyumen, 2009. – 207 p.
- Poymanova O.V. Semantic space of the videoverbal text. – Thesis abstract for a Candidate Degree in Philology / O. V. Poimanova // Moscow, 1997. – 21 p.
- Samokhina V. O. Joke in modern communicative space of Great Britain and the USA: Manuscript / V. O. Samokhina. – 2-e edition. – Kharkiv: V. N. Karazin Kharkiv National University, 2012. – 476 p.
- Soloshchuk L.V. Non-verbal components of communication as means of creating the comic effect in the modern English discourse // Science and Education a New Dimension. Philology, V(29), Issue: 116, 2017.

#### Non-verbal means of creating the comic effect in the English stand-up comedy

T. V. Pylypchuk, O. A. Liashchenko

**Abstract.** The article is devoted to stand-up as a genre of comic discourse. It considers the notion “stand-up”. The issue of the comic situation that takes place in comedy shows is covered. Nonverbal means of creating the comic effect are characterized. The types of relations between verbal and nonverbal means of communication in the English stand-up comedy are also analyzed.

**Keywords:** stand-up, joke, comic effect, nonverbal means.