

М. М. Юрковська

КУЛЬТУРНІ ЯВИЩА У ГУМОРИ СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ АНІМАЦІЙНИХ ФІЛЬМІВ

Професор Пол Уелз пише у своїй книзі *Animation and America*, що можливо, Америка створила чотири основні автохтонні мистецькі форми: вестерн, джаз, бродвейський мюзикл і анімаційний фільм. На всіх етапах свого розвитку - від коміксу до сучасного комп'ютерного продукту - анімація була занурена в суперечливі американські реалії, відображала радощі та жахи, надії та турботи, пошуки та тривоги американської культури. Вона запропонувала свій погляд на міфополітичний і навіть міфопоетичний *Zeitgeist* (дух часу) нації. Анімаційні фільми (АФ), які спочатку сприймалися як спрощені, згодом виявилися мистецькою формою всезагальної значущості, культурно детермінованою мовою соціального вжитку [9, с. 1].

На сучасному етапі анімація набула якісно інших рис та функцій, перетворилась на новий вид мистецтва — засіб пізнання світу [7, с. 126]. Ще Ю. Лотман писав, що закріплювати мультиплікаційне кіно за глядачем дитячого віку є такою ж помилкою, як вважати казки Андерсена дитячим читанням, а театр Євгена Шварца – дитячим театром [4, с. 325].

Критики міжнародного фестивалю АФ “Крок” також підкреслюють поступову зміну тематичної спрямованості сучасної мультиплікації. Відходячи від естетичних традицій (прекрасне, витончене, вишукане тощо), АФ, слідом за ігровим кіно, все частіше пропонують гротескне, агресивне, брутальне, що донедавна важко поєднувалося із пересічним уявленням про них. Захопившись зазіранням до прірви позасвідомого, сучасна анімація відверто зазіхає на психоаналітичні функції, береться за проблеми, що досі вважалися прерогативою ігрового кінематографа: самотність, некоммунікабельність тощо. Так сучасний мультфільм вийшов за межі суто дитячого, набувши рис універсальності [3, с. 142].

Отже, є підстави стверджувати, що сьогодні анімація є своєрідним віддзеркаленням найбільш актуальних процесів у суспільстві. Адже мистецтво в цілому нерозривно пов'язане з картиною світу і прямими, і зворотними зв'язками. Це і є відображена в художньому творі авторська картина світу. Тому мистецтво будь-якої історичної епохи відтворює домінуючу в ній картину світу з усіма її індивідуально-своєрідними варіаціями [2, с. 252]. Більшість майстрів анімації пов'язує її перш за все з фантазією, але, діючи на

перехресті двох світів – вигадки та дійсності, відображаючи нереальне та неможливе, це все ж таки мистецтво, за яким стоїть дійсність, і фантазія у будь-якому випадку спирається на реальність та виходить з неї [1, с. 27].

Сучасна анімація черпає матеріал із виру дійсності, пронизана її інтересами, ідеями і фактами. Зокрема, англомовний анімаційний дискурс відтворює якщо не прямо, то метафорично, гіперболізовано чи пародійно різноманітні культурні явища та стереотипи свого соціуму. В анімованих сюжетах об'єктивуються і виключно американські, і загальнолюдські культурні явища, які подаються у пародійному ключі, оскільки аніматорграф за своєю природою здатний передавати найменші відтінки іронії в ігровому тексті [4, с. 324].

Культурні стереотипи, що беруть участь у створенні комічного ефекту, є певним “екстралінгвістичним каркасом”, позамовним фактом, який відтворюють автори за допомогою анімаційних засобів виразності у різних комунікативних ситуаціях. Особливість культурного явища чи стереотипу у комунікативній ситуації — це його ігровий, а іноді абсурдний характер.

Культурні явища, які використовуються в сучасних АФ, можна розділити на три групи:

1) *ключові для американської нації та менталітету* (вони асоціюються із західною культурою чи політикою);

2) *загальнолюдські* (водночас вони актуальні для пересічного американця);

3) *“випадкові”* (казкові, фольклорні, кінематографічні штампи чи концепти), які штучно вводяться у сюжетну лінію твору лише з метою досягнення більш сильного розважального ефекту.

Ключові явища. Використання в американських АФ елементів судового дискурсу видається далеко не випадковим. Як справедливо зазначають кінокритики, “чого іще можна очікувати від нації, яка покоління за поколінням з молоком матері вбирала пристрасть до судових процесів” [www.filmz.ru].

В АФ *Вee Movie* головний герой Барі Нельсон, зауваживши незаконне, на його думку, використання людьми бджолиного меду, вирішує подати судовий позов на людей. Ідея подати до суду на всесвітню несправедливість вочевидь відображає фатальний дефект американської освіти, коли діти починають осягати правила етики та естетики на моралістичних сюжетах АФ. В мультфільмі побіжно виникають і традиційно західні питання про авторське право (*When I'm done with the humans, they won't be able to say, "Honey, I'm home," without paying a royalty*) та захист власних прав (*We will no longer tolerate derogatory beenegative nick-names, unnecessary inclusion of*

honey in bogus health products, and la-dee-da tea-time human snack garnishments”).

Реалії американського менталітету втілюються у бунтарських репліках головного героя, чиї алюзії та метафори викликають сміх глядача (1, 3).

(1) *Barry: Dad, I remember you coming home some nights so overworked; your hands were still stirring. You couldn't stop them. (...) What right do they have to our hard-earned honey? We're living on two cups a year. They're putting it in lip balm for no reason.*

(2) *Martin Benson: Even if it's true, Barry, what could one bee do?*

(3) *Barry: I'm going to sting them where it really hurts.*

(4) *Martin Benson: In the face?*

(5) *Barry: No.*

(6) *Martin Benson: In the eye? That would really hurt.*

(7) *Barry: No.*

(8) *Martin Benson: Up the nose? That's a killer.*

(9) *Barry: No. There's only one place you can sting the humans. One place where it really matters.*

Комічно обігрується і власне судовий процес, де одним із свідків звинувачення є відомий американський співак Стінг (в перекладі з англ. *sting* - жало; жалити, кусати), обвинувачений бджолами в обкраданні “бджолиної культури” (1, 5).

(1) *Barry: (Barry questioning Sting) So, Mr. Sting. Thank you for being here. Your name intrigues me, I have to say. Where have I heard it before?*

(2) *Sting: I was with a band called "The Police".*

(3) *Barry: But you've never been a police officer of any kind, have you?*

(4) *Sting: No, I haven't.*

(5) *Barry: No, you haven't. And so, here we have yet another example of bee culture being casually stolen by a human for nothing more than a prance-about stage name.*

(6) *Sting: Oh please.*

(7) *Barry: Have you ever been stung, Mr. Sting? Because I'm feeling a little stung, Sting: Or should I say, Mr. Gordon M. Sumner?*

Використання елементів судового дискурсу у мовленні протагоніста Барі (*Questioning, Pleadings*) (1, 3, 5), а також заснований на співзвуччі лексичний повтор (7) сприяють появі комічного сигналу.

Справжнє ставлення до юристів виявляється в іронічному епізоді анекдотичного характеру.

Barry's Cow Client: Milk, cream, cheese...it's all me. And I don't see a nickel. Sometimes I just feel like a piece of meat.

Barry: Would you excuse me? My mosquito associate here will be able to help you.

Moose blood: Sorry I'm late.

Cow: He's a lawyer too?

Moose blood: Ma'am, I was already a bloodsucking parasite. All I needed was a briefcase.

Залишається лише деконструювати алегорію і виявити метафору *a lawyer* → *a bloodsucking parasite*.

Традиційним для американського кінематографа є стереотипне зображення італо-американців та особливостей їх поведінки у комічному ракурсі. АФ *Shark Tale* навіть викликав певний ажіотаж серед італійської діаспори США. Джон Мансіні із *The Italic Institute of America* був занепокоєний: раптом діти можуть після цього видовища подумати, що тільки італійці бувають злочинцями? Згідно з дослідженням цього Інституту італійці в американських АФ виглядають більш-менш пристойно лише у 31% з проаналізованих фільмів [www.italic.org]. Таке бачення італійської нації американцями можна охарактеризувати, з нашої точки зору, як *humiliating stereotype*, коли жартома принижується певна нація, чи етнічна група [6,133].

В анімаційній комедії *Cars* стереотипи, пов'язані з італо-американцями, втілені у персонажах, якими є автомобілі італійського походження - Луїджі (*Fiat 500*) та Гвідо (гібрид *Isetta* + [Messerschmitt Kabinenroller](#)). За сюжетом обидва торгують шинами. Впродовж мультфільму комічно підкреслені особливості їх вимови і граматичні помилки. Нижченаведений епізод стереотипно ілюструє колоритний торг.

Luigi: You have a slow leak. Guido, he fix. You make a such a nice new road. You come to my shop. Luigi take a good care of you. Even though you not a Ferrari. You buy four tires, I give you a full size spare absolutely free!

McQueen: Look, I get all my tires for free.

Luigi: Hohoho ...I like your style, eh? You drive the hard bargain. OK. Luigi make a new deal. You buy one tire, I give you three for free! (...) Then Luigi make you a new deal.

McQueen: No, no, no, no. Deal me out. Pass. No, thank you.

Luigi: No, no, no, no, no. This is it. My last offer. You buy one tire, I give you seven-a snow tire for all free! Done. You interested, you call me. You know where I am.

Крім того, *Cars* — це дуже іронічне бачення того, наскільки американці залежать від своїх “чотириколісних друзів”. Виразно видно любов до автомобілів: у фільмі кожна машина має прототип — реально існуючу модель, і аніматори досить вдало використали їх дизайн для створення характерів. Варто згадати і сентиментальне ставлення американців до спорту, зокрема до автоперегонів — однієї із домінуючих тем в *Cars*. Таким чином авторам вдалося відтворити

не плакатно-патріотичну, а справжню атмосферу Америки, змалювати її національний колорит.

АФ *Over the Hedge* торкається теми *fast-food culture*, надзвичайно актуальної для сучасного американського суспільства. Цей мультфільм — яскрава і продумана сатира на типові американізм — від культу їжі до стерильних містечок котеджної забудови [www.ekat.kinoafisha.info.ru]. Як свідчить ущиплива лекція-вставка (2) від імені головного героя *Over the Hedge* єнота Ер Джея, людське існування саме по собі відповідає формулі: *We eat to live, these guys live to eat.*

(1) *Animal: What is that?*

(2) *RJ: That, my friend, is a magical combination of corn flour, dehydrated cheese solids, BHA, BHT and good old MSG, a.k.a., the chip. Nacho cheese flavor.*

До загальнолюдських культурних явищ належать важливі для всіх людей “вічні цінності”: місце особистості у суспільстві, вміння співіснувати з іншими, взаємини між батьками та дітьми, повага та віра, екологічно-гуманістичні проблеми, дружба та кохання, стосунки між статями, соціальні настрої та інші сімейні та життєві обставини.

Завдяки особливій мультиплікаційній умовності тварини, що розмовляють, та їх “сімейні цінності” можуть привернути увагу глядача; і те, що у будь-якому іншому кіно здавалося б банальністю, в анімації стає відвертим висловлюванням на тему, що всіх цікавить. Так, в АФ *Madagascar* комічно звучать роздуми зебри Марті про її одноманітне життя у зоопарку з майже “гамлетівськими” питаннями буття (3):

(1) *Marty: It's just that another year's come and gone and I'm still doing the same old thing. Stand over here, over there. Eat some grass. Walk back over here. (...) I'll be here all week. In fact I'll be here for my whole life days a year, including Christmas, Hanukah, Helloween! (...)*

(2) *Alex: Marty, body, listen. Everybody has days when they think the grass might be greener somewhere else.*

(3) *Martin: Alex, look here. I'm ten years old, my life is half over. And I don't even know if I'm black with white stripes or white with black stripes. (Madagascar)*

Ідея знайти своє місце у житті, розбагатіти і вибитися у “риби” рухає сюжет в АФ *Shark Tale*.

Oskar: Tomorrow I will be rich... This is like the best idea ever, all right. It's a sure thing, guaranteed cash extravaganza.

Ang: Bottled water. Oh, no.

Oskar: The top of the reef. Where the somebodies live. I wanna be rich and famous like them, but I'm stuck down here ... nobody loves a nobody. I want to be a somebody.

Ang: *Oscar, you don't have to live at the top of the reef to be a somebody.*

Для досягнення стилістичного ефекту використовується граматики англійської мови *a nobody, a somebody*. Епізод сприймається як метафора звичайних людських прагнень, а місцями саме “Американської мрії”: *I wanna be rich and famous*.

АФ *Wall-E* — це мультфільм-попередження, що нагадує, куди людство може потрапити через свою легковажність. Події цього анімафільму починаються через сімсот років після того, як засмічену відходами Землю залишили люди. На планеті живе лише робот *Wall-E* — прибиральник, який методично спресовує гори відходів в акуратні кубики. Назирці за екологією у *Wall-E* йде і соціальна критика. Об’єктом сатири тут слугує споживацький рай, доведений до абсолюту (*conspicuous consumption, acquisitive society*), що врешті-решт перетворює людей на безпорадних істот, які серед роботів втратили навички життя та накопичений століттями досвід і змушені заново пізнавати навколишній світ. Це об’єктивується в мові через алогізм: *This is called “farming”! You kids are going to grow all kinds of plants: vegetable plants, pizza plants! (laughs) Ahh, it’s good to be home...*

В АФ *Shrek* втілено і кумедно обіграно притаманне багатьом жінкам прагнення знайти кохання та зустріти в житті “принца на білому коні” (3), натомість, як показує мультфільм, зазвичай приходиться “зелений огр” (7).

(1) *Fiona: You rescued me! You're amazing. You're - - You're wonderful. A little unorthodox I'll admit. You may remove your helmet, good Sir Knight. (...) Why not? (...) Please. I would'nt look upon the face of my rescuer.*

(2) *Shrek: No, no, you wouldn't - - 'st.*

(3) *Fiona: But how will you kiss me? (...) it's destiny. Oh, you must know how it goes. A princess locked in a tower and beset by a dragon is rescued by a brave knight, and then they share true love's first kiss. (...)*

(4) *Shrek: Okay! Easy. As you command. Your Highness. (takes off his helmet)*

(5) *Fiona: You- - You're a- - an ogre.*

(6) *Shrek: Oh, you were expecting Prince Charming.*

(7) *Fiona: Well, yes, actually. Oh, no. This is all wrong. You're not supposed to be an ogre. But I have to be rescued by my true love, not by some ogre and his- - his pet.*

“Випадкові” явища. В деяких АФ автори без кінця жонглюють будь-якими фольклорними, казковими чи кінематографічними штампами. Через свою постмодерністську природу [див. 8, с. 498] сучасна повнометражна анімація, намагаючись захопити та розсмішити глядача, перетворює відсилання до першоджерела на вишуканий парафраз, звичайну цитату — на змістовний жарт, карикатурний образ — на дотепний шарж. Таке своєрідне загравання

із глядачем, коли “постмодерністський вихор” з глибин пам’яті піднімає весь культурно-кінематографічний багаж, наразі досить популярне. Так, в АФ *Shrek The Third* аніматори цитатно використовують відомі казкові концепти: з’являються Кіт у Чоботях (*Puss in Boots*), Спляча Красуня (*Sleeping Beauty*), Білосніжка (*Snow White*), Рапунцель (*Rapunzel*), Пінокіо (*Pinocchio*), Попелюшка (*Cinderella*) та інші. Поява цих фольклорних чи літературних персонажів на новій анімаційній “території” із збереженням їх характерних особливостей викликає гумористичні асоціації. Так, Пінокіо вдало вписаний у сюжетну лінію АФ *Shrek The Third* як позамовний “комічний каркас”: коли він бреше, його ніс збільшується.

Prince Charming: You! You can't lie. So tell me puppet... Where is Shrek?!
Pinocchio: (nervous) Well, I don't know where he's not.

Prince Charming: You're telling me you don't know where Shrek is!

Pinocchio: It wouldn't be inaccurate to assume that I couldn't exactly not say that is or isn't almost partially incorrect.

Prince Charming: So you do know where he is!

Pinocchio: On the contrary, I'm possibly more or less, not definitely rejecting the idea, that in no way, with any amount of uncertainty that...
Prince Charming: Stop it.
Pinocchio: (CONT'D) ...I undeniably do or do not know where he shouldn't probably be. If that indeed wasn't where he isn't. Even if he wasn't not where I knew he was could mean that I wouldn't completely not know where he wasn't.

Спостерігаємо своєрідну реалізацію стратегії брехні. Пінокіо намагається водночас не збрехати і не сказати правди, ховаючись в удавану книжність і говорячи манівцями: він збирає в одному реченні велику кількість синонімічних зворотів, що не несуть нової предметної інформації, а лише штучно ускладнюють її. Суперечність між складністю синтаксичної побудови речень і безглуздістю їх змісту свідчить про ігровий характер висловлювань.

В іншому епізоді гумор також пов'язаний з прецедентними персонажами у нових сюжетних умовах, а саме з їх стереотипною поведінкою у недоречній ситуації: у відповідь на заклик *we need to find a way out* Спляча Красуня засинає, Попелюшка починає прибирання тощо.

Fiona: Alright everyone, we need to find a way out, now. (The Princesses nod in agreement)

Snow White: You're right. (to the other Princesses) Ladies, assume the position!

(Sleeping Beauty falls asleep standing up. Snow White quickly assumes her position by lying down and puckering her lips. Cinderella dusts off a spot, sits down and crosses her legs)

Fiona: What are you doing?

Sleeping Beauty: Waiting to be rescued.

Тут використано прийом еквівокації водночас на вербальному та візуальному рівнях: репліка-заклик *we need to find a way out* сприймається учасницями розмови по-різному.

Висновки. На соціокультурному тлі анімація створює свій власний світ суцільного оживлення буття. Вона існує між реальністю та ілюзією, візуалізує психічний феномен і є своєрідним дзеркалом, яке з неупередженою точністю відображає психіку людини сьогодення [5, с. 40]. З сучасного англomовного АФ можна дізнатися як про загальнолюдські, так і про ключові для суто американського менталітету культурні явища та теми. Крізь суб'єктивне бачення навколишньої дійсності аніматор підсвідомо втілює у своєму творі численні культурні стереотипи та штампи, що розглядаються нами як “екстралінгвістичний каркас” комічного сигналу. До найуживаніших в АФ ключових для американської культури явищ належать стереотипи про італо-американців, *fast food culture*, справедливий суд та захист власних прав. Провідними в сучасній анімації є сюжети, що об'єктивують загальнолюдські прагнення та цінності: сім'я, кохання, дружба, віра, успішність тощо. Досить поширеним є залучення відомих казкових, міфічних чи літературних персонажів із збереженням їх фонових характеристик на нові “терени”, тобто у нові анімаційні сюжети, де їх стереотипна поведінка контрастує з новим ідейно-тематичним оточенням.

Література

1. Асенин С. В. Мир мультфильма: Идеи и образы мультипликации социалистических стран.— М.: Искусство, 1986.— 288 с.
2. Жидков В. С., Соколов К. Б. Искусство и картина мира: монография.— СПб.: Алетейя, 2003.— 463 с.
3. Зубавіна І. “Крок”: найсучасніші анімаційні мотиви // Кино-коло.— 2003.— №20.— С. 142–143.
4. Лотман Ю. М. Избранные статьи: в 3т. Т.3.— Таллинн: Александра, 1993.— 480 с.
5. Орлов А. М. Аниматограф и его анима: психогенные аспекты экранных технологий.— М.: Импэто, 1995.— 384 с.
6. Харченко О. В. Етнічні стереотипи крізь призму мультинаціональних та міжетнічних американських жартів // Проблеми семантики слова, речення та тексту: зб. наук. праць / Київ. нац. лінгвіст. ун-т; відп. ред. Н. М. Корбозерова.— К., 2007.— Вип. 18.— С. 127–135.
7. Хитрук Ф. С. Профессия — аниматор / Федор Хитрук : в 2 т. Т. 2.— М.: Гаятри, 2007.— 304 с.
8. Wells P. Animation and America.— Edinburgh University Press Ltd, 2002.— P. 185.

Джерела ілюстративного матеріалу:
анімаційні комедії “Bee Movie”, “Cars”, “Horton Hears a Who”, “Madagascar”, “Over The Hedge”, “Shark Tale”, “Shrek The Third”, “Wall-e”.

В статті описуються найтипівіші для сучасного англomовного анімаційного мистецтва культурні явища та стереотипи та досліджується їх роль у досягненні комічного ефекту.

Ключові слова: культурний стереотип, анімація, комічний ефект.

Статья посвящена исследованию наиболее типичных для современного англоязычного анимационного искусства культурных явлений и стереотипов и их роли в создании комического эффекта.

Ключевые слова: культурный стереотип, анимация, комический эффект.

The article highlights the most typical cultural phenomena and stereotypes and their role in creation of humor in modern English-speaking animated cartoons.

Key words: cultural stereotypes, animation, comic effect.