Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

факультет іноземних мов
кафедра англійської мови

ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИРАЖЕННЯ КОМІЧНОГО У СКРИПТАХ ФІЛЬМІВ КІНОКОМПАНІЇ MARVEL ЗА 2017–2022 РОКИ

Дипломна робота
Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Виконала:
студентка 6 курсу 611 групи
спеціальності:
035.Філологія (англійська мова та
література та друга іноземна мова)
Лактіна Наталія Андріївна

Керівник к.ф.н., доц. Павлович Т.І.
Рецензент к.ф.н., доц. Гнатковська О.М.

До захисту допущено:
Протокол засідання кафедри № __
від “___”_____2022 р.
зав. кафедри_____професор Єсипенко Н.Г.

Чернівці – 2022

ABSTRACT

The term paper aims at studying the functioning of linguostylistic devices in the scripts of the film company MARVEL.

In our research, the core of the meaning of the category of the comic is highlighted. The linguostylistic means of its expression in English are distinguished, and their classifications are considered. The study also examines the forms of the comic, their features and functions, and such a phenomenon as the script, its universal textual categories and characteristics.

The **topicality** of our research is determined by the undying interest of scientists in the comic as an object of linguistic research, the need for further study of the specifics of the means of creating the effect of the comic at the linguistic levels (phonographic, lexical, syntactic, and pragmatic) and the lack of a systematic analysis of the set of linguistic and stylistic means of expressing the comic in works.

The paper **aims** at a comprehensive study of linguistic and stylistic means of comic expression and its reproduction (on the material of the scripts of the MARVEL film company for the years 2017–2022). Achieving the goal of the work involves solving the following tasks:

• consider the script as a unique form of artistic work and its characteristics

• to work out the theoretical foundations of the comic problem as a social, linguistic, and aesthetic phenomenon

• characterize the types of comic and their common and distinctive features

• familiarize yourself with the classifications of linguistic stylistic means of comic expression

• analyze the functioning of linguistic stylistic means at different linguistic levels

• describe the peculiarities of the representation of linguistic stylistic means in scripts

The object of our investigation is the forms of the comic in the scripts of the MARVEL film company.

The subject of our research is the peculiarities of the functioning of linguostylistic features as a means of creating the effect of comedy.

6 scripts of the MARVEL film company for the years 2017 – 2022 served as the **research material**. The total number of uses of distinguished linguistic stylistic means is 3324 units

The scientific novelty of the paper lies in the fact that it analyzed for the first time the peculiarities of the use of linguistic stylistic means representing the comic category in scripts.

The theoretical significance of the work is defined by the fact that its results expand the understanding of the linguistic essence of the comic category. This study singles out features that differentiate the comic category from other categories and expresses linguistic stylistic devices that create a comic effect.

Practical significance of the work is that the conclusions and materials of this study can be used in the preparation and delivery of lectures, and the study of topics related to this category. The master's thesis can be used for further research related to the comic category and its expression.

The **structure of the work** consists of an introduction, three chapters, which include 14 subsections, conclusions to chapters, general conclusions, appendices, and a list of used sources and dictionaries. The total volume of the master's thesis is 106 pages.

ЗМІСТ

ВСТУП 6

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО–МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ ВИРАЖЕННЯ КОМІЧНОГО У СКРИПТАХ ФІЛЬМІВ MARVEL

1.0 Вступні зауваження 9

1.1 Скрипти як контекст актуалізації лінгвостилістичних особливостей 9

1.2 Категорія комічного як об'єкт лінгвістичного дослідження 13

1.3 Гумор, сатира, сарказм та іронія як форми комічного 19

1.4 Лінгвостилістичні засоби як метод вербалізації комічного 26

Висновки до розділу 1 30

РОЗДІЛ 2

ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КОМІЧНОГО У СКРИПТАХ КІНОКОМПАНІЇ MARVEL ЗА 2017–2019 РОКИ

2.0 Вступні зауваження 32

2.1 Методичний алгоритм дослідження 32

2.2 Лінгвостилістичні засоби вираження комічного на фонографічному рівні 34

2.3 Лінгвостилістичні засоби вираження комічного на лексичному рівні 39

2.4 Лінгвостилістичні засоби вираження комічного на синтаксичному рівні 47

2.5 Лінгвостилістичні засоби вираження комічного на прагматичному рівні 55

Висновки до розділу 2 58

РОЗДІЛ 3

ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КОМІЧНОГО У СКРИПТАХ КІНОКОМПАНІЇ MARVEL ЗА 2020 – 2022 РОКИ

3.0 Вступні зауваження 61

3.1 Репрезентація комічного на фонографічному рівні 61
3.2 Репрезентація комічного на лексичному рівні 64
3.3 Репрезентація комічного на синтаксичному рівні 72
3.4 Репрезентація комічного на прагматичному рівні 78
3.5 Порівняльний аналіз лінгвостилістичних засобів вираження комічного на мовних рівнях у скриптах кінокомпанії MARVEL за 2017–2019 та 2020–2022 роки 82
Висновки до розділу 3 85
ВИСНОВКИ 87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 92
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ СЛОВНИКІВ 97
ДОДАТКИ 98

ВСТУП

Магістерська робота присвячена вивченню особливостей функціонування лінгвостилістичних засобів вираження комічного в англомовних скриптах. У дослідженні висвітлено сутність категорійного значення комічного, вирізнено мовностилістичні засоби його вираження та розглянуто їх класифікації. У дослідженні також розглядаються форми комічного, їх особливості та функції та таке явище як скрипт, його універсальні текстові категорії та характеристики.

Актуальність роботи обраної теми визначається нескінченним інтересом науковців (Б. Блейк [60], А. Бергсон [7], І. Кант [31], Б. Дземидок [20], Ю.Б. Борев [9] [10], О.Ф. Лосєв [40], О.Н. Лук [41], Т.Б. Любимова [42], В.Я. Пропп [46], В.І. Карасик [32] [33] та інші) до комічного як до об'єкта лінгвістичного дослідження, потребою у подальшому вивченні специфіки засобів створення ефекту комізму на мовних рівнях (фонографічному, лексичному, синтаксичному та прагматичному) та відсутністю системного аналізу сукупності мовностилістичних засобів вираження комічного у скриптах.

Мета роботи полягає у комплексному дослідженні лінгвостилістичних засобів вираження комічного (на матеріалі скриптів кінокомпанії MARVEL за 2017–2022 роки). Досягнення мети роботи передбачає вирішення наступних завдань:

- розглянути скрипт як унікальну форму художнього витвору та його характеристики
- опрацювати теоретичні засади проблеми комічного як соціального, лінгвістичного та естетичного феномену
- схарактеризувати види комічного та їх спільні й відмінні риси
- ознайомитись з класифікаціями лінгвостилістичних засобів вираження комічного

- проаналізувати функціонування лінгвостилістичних засобів вираження комічного
- описати особливості вираження комічного лінгвостилістичними засобами у скриптах

Об’єктом дослідження є лінгвостилістичні засоби вираження комічного в скриптах кінокомпанії MARVEL

Предметом дослідження є функціонування мовностилістичних особливостей як засобів творення ефекту комізму.

Матеріалом дослідження слугували 6 скриптів кінокомпанії MAVEl за 2017–2022 роки. Загальна кількість використань виокремлених лінгвостилістичних засобів становить 3324 одиниць.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що в ній уперше було проаналізовано особливості використання лінгвостилістичних засобів, що репрезентують категорію комічного у скриптах.

Теоретичне значення дослідження полягає в тому, що його результати розширюють розуміння мовної сутності категорії комічного.

Практичне значення. Висновки та матеріали цього дослідження можуть бути використані при складанні та проведенні лекцій Лінгвостилістики, Лінгвістичної Прагматики, при вивченні тем, які пов’язані з цією категорією. Магістерська робота може використовуватись задля проведення подальших досліджень, які стосуються категорії комічного та способів її вираження.

Особистий внесок полягає у поглибленому вивченні лінгвостилістичних засобів вираженняя комічного у скриптах.

Апробація роботи. Узагальнений зміст роботи та часткові результати дослідження було опубліковано в тезах щорічної студентської конференції в секції Прикладна лінгвістика та в статті представленій у збірнику “Магістерські студії” в Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, які включають 14 підрозділів, висновків до розділів, загальних висновків, додатків та списку використаних джерел та словників. Загальний обсяг магістерської роботи – 106 сторінок.

У **вступі** аргументовано вибір теми магістерської роботи, її актуальність, теоретичне значення та новизна, визначено мету, об'єкт, предмет та завдання дослідження.

Перший розділ присвячений теоретичним аспектам дослідження. У ньому розглядається поняття комічного, його форми та засоби, що створюють комічний ефект. Також розглядається явище скрипту, його текстові категорії та характеристики.

У **другому розділі** проводиться аналіз лінгвостилістичних засобів вираження комічного у скриптах фільмів кінокомпанії MARVEL за 2017–2019 роки на фонографічному, лексичному, синтаксичному та прагматичному рівнях.

У **третьому розділі** аналізуються засоби реалізації комічного ефекту у скриптах фільмів кінокомпанії MARVEL за 2020–2022 роки та проводиться порівняльний аналіз кількості використаних лінгвостилістичних засобів репрезентації комічного на різних мовних рівнях у скриптах фільмів кінокомпанії MARVEL за 2017–2019 та 2020–2022 роки.

У **висновках** ми підсумували результати нашого дослідження.

Додатки включають діаграми, що репрезентують кількісний аналіз застосованих лінгвостилістичних засобів на різних мовних рівнях.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИКО – МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ ВИРАЖЕННЯ КОМІЧНОГО У СКРИПТАХ ФІЛЬМІВ MARVEL

1.0 Вступні зауваження

Розділ присвячено детальному вивченню категорії комічного та особливостей її вираження. Особлива увага приділяється лінгвостилістичним засобам вираження комічного на фонографічному, лексичному, синтаксичному та прагматичному рівнях. Також розглядається скрипт, його особливості та характеристики. Детально аналізуються види комічного, їх спільні й відмінні ознаки.

1.1 Скрипт як контекст актуалізації лінгвостилістичних особливостей

Кіномистецтво та його витвори завжди викликали резонансний інтерес та активно досліджуються з боку таких наук як естетика, семіотика, літературознавство, лінгвістика, соціологія та інші. Як об’єкт лінгвістичного дослідження текст скрипту, або як його ще називають кіносценарію, та його фонетичні, стилістичні, семантичні, морфологічні та синтаксичні особливості активно досліджуються лінгвістами у різних напрямках [12].

Фундаментальні роботи, що були присвячені феномену скрипту та його природі належать В. Б. Шкловському [53], Б. М. Эйхенбауму [21], Ю. М. Лотману [43], Н. В. Крючечникову [39] та іншим.

Явище скрипту є досить неоднозначним і досить спірним, адже не всі вважають скрипт літературним витвором. На думку Ю. Бабичевої, причиною цього є те, що скрипт не є доданим до родової або

Аристотелівської системи. Він вважається новим жанром, що належить до драматургії й не має ніякого відношення до художньої літератури [6].

Попри всі сперечання, скрипт є унікальною формою художнього витвору. Він об’єднує в собі характеристики драматичного тору та технічного документа [12].

Зв'язок документа та скрипту виражається такими характеристиками як:

1. Створення його найманим працівником.
2. Написання скрипту до чітко визначеного терміну роботодавцем.
3. Сценарій є результатом колективної роботи (продюсер, редактор, других сценаристів).
4. Наявність в тексті технологічної інформації та абревіатур, що є вказівками для інших виконавців, зазвичай для оператора.
5. Сценарій має багато версій. До сценарію вносяться зміни, але всі попередні версії зберігаються.

Близький зв'язок з виробничим процесом. У скрипті прописані не тільки репліки акторів, а також бюджет, спец ефекти та інше [12].

З художнім твором скрипт об’єднують такі риси як:

1. Художня форма – зав’язка, кульмінація, розв'язка, діалоги та ремарки.
2. Незакінченість – процес написання скрипту охоплювати внесення великої кількості змін та ремарок впродовж створення скрипту.

Реалістична мова персонажів, що є максимально наближеною до живого діалогу [12].

Певна частина скрипту складається професійним літератором

На думку Т.Г. Волошиної, особливою рисою будь – якого скрипту є існування так званого слаг лайн (slug line), тобто просторово – часових

властивостей, які інформують акторів про зміну часу і місця дії, і включають три головні частини:

1) простір: сцена внутрішнього або зовнішнього характеру;

2) місце дії: де конкретно відбувається дія;

3) час: в який час доби відбувається дія [12].

На додаток, І.А, Мартьянова стверджує, що «скрипт має бінарну структуру: він звернений і до літератури, і до кінематографа, він зберігає пам'ять про попередні епохи розвитку літератури, виявляє повернення до її риторичних форм, але в ньому завжди є і передчуття майбутнього» [43].

Розглядаючи скрипт ми повинні згадати про характеристики тексту представлені І.Р. Гальперіним. Лінгвіст виокремив цілісність, зв'язність, членистість, інформативність, модальність та завершеність тексту [15]. З часом були додані такі характеристики як локальна та темпоральна віднесеність (хронотип), антропоцентричність, прагматична спрямованість [37].

І.Р. Гальперін стверджує, що цілісність орієнтована на сенс тексту і зумовлена законами його сприйняття, прагненням читача, що розшифровує текст, поєднати всі компоненти в одне ціле. Дослідник також вказує, що враження цілісності виникає тому, що “у відрізках тексту, що ідуть один за одним існує деяка смислова нитка, яка створює лінійний характер сприйняття повідомлення. Ця нитка іноді може призвести до переміщення фокуса повідомлення від основної теми до побічної. Однак ця побічна тема все ж опосередковано пов'язана з основною асоціативними та конотативними відносинами. Можна сказати, що між віддаленими один від одного відрізками тексту з'являється смислова співвіднесеність, яка чим більш кристалізується, тим ближче ці відрізки розташовані та тим помітніші в них формально – граматичні та лексико – семантичні зв'язки” [15].

Розглядаючи цілісність, Г.Г. Слишкін зазначає, що специфіка цілісності кіно дискурсу полягає в тісній інтеграції вербальних та невербальних складових, наявності чітких тимчасових та просторових рамок, наявність сигналів, що позначають початок фільму – логотипу кіностудії, початкових титрів, назву фільму [49].

Щодо скрипту, цілісність сприйняття скрипту зумовлена його фабулою, завдяки якій відбувається зв'язок елементів тексту.

Наступна характеристика зв’язності тісно пов’язана з цілісністю. Зв’язність тексту обумовлена лінійністю компонентів тексту. Ця категорія позначається на рівні синтагматики слів, речень та фрагментів тексту. Задля розуміння явища зв’язності cohesion та continuum [15].

Черговою категорією є категорія інформативності, що проявляється завдяки її багатоканальності, яка дає змогу розмежувати інформаційний потік і за способом сприйняття інформації та за типом за яким спричиняється інформація. Вищезазначений характер сприйняття інформації має вплив на загальне технічне оформлення скрипту, що виявляється через збільшення його обсягу [49].

Текстовий час скрипту є моделлю уявного світу, який певною мірою наближений до реального, але різниться своєю багато вимірністю та образністю. У скрипті також знаходять своє зображення універсальні уявлення про перебіг часу та безпосередньо його властивості: наповненість подіями, діалектика часу, рух від минулого до сьогодення, від сьогодення до майбутнього, безперервна плинність/тимчасова фіксованість подій. Окрім того, у скрипті реалізуються також індивідуально – авторські уявлення про час, що проявляються у: текстових ахроніях (ретроспекція та проспекція), стисненні (згортання) та у розтягуванні (розгортанні) часу перебігу подій, дискретності часів [5].

Особливості розгортання сюжету, його статика та динаміка, обумовлюються дискретністю часу. Динаміка тексту визначається як

результат та процес подолання його одночасності й протиставляється категорії статики. Щодо скрипту, художній час виражається з одного боку за допомогою граматичного часу, що втілюється в репліках персонажів, а з іншого завдяки особливостям чергування сцен, тобто зміні просторових координат [49].

Розглядаючи модальність, варто зазначити, що це явище має досить складний характер, адже скрипт – це зображення світу, що бачить певна група людей на власні очі. Вона має безпосередній вплив на структуру скрипту, тобто можлива зміна обсягу зазначених частин сценарію у бік збільшення або зменшення діалогічних текстів або авторських ремарок, зміна стилю оповідання тексту сценарію, використання тих чи інших засобів вираження [5].

Ще однією значною категорією є категорія антропоцентричності, що спрямовується на індивіда. Будь – які події, що відбуваються в тексті спрямовані на те, щоб дати всебічну характеристику людині та її діяльності [49].

Останньою категорію, яку ми розглядаємо є категорія прагматичної спрямованості, що має на меті спонукати слухача до зворотної реакції. Застосовуючи цю категорію у скрипті, ми очікуємо отримати таку зворотну реакцію як зміна поглядів, думок та почуттів читача, які не завжди виражаються вербально [49].

Отже, під поняттям скрипт, ми маємо на увазі зв’язаний та завершений текст, якому властиві універсальні текстові категорії, що функціонують відповідно до законів кінематографа та вважається завершеним тільки після його реалізації у фільмі.

1.2 Категорія комічного як об’єкт лінгвістичного дослідження

Категорія комічного не має одностайного визначення, тому зазвичай дослідники використовують термін запропонований Радянським Енциклопедичним словником в якому зазначається, що “комічне (грецьк. komikos – веселий, смішний, від komos весела ватага ряжених на сільському святкуванні Діоніса в Др. Греції) це категорія естетики, що означає смішне. Ця категорія походить від ігрового, колективно самодіяльного сміху, наприклад, у карнавальних іграх. Один із головних видів драми комедія заснований на комічному” [71].

Дослідник В.Я. Пропп зазначає, що категорія комічного – це багатоплановий, складний та структурний феномен, який присутній в різних сферах людської життєдіяльності та пізнання [46].

За своїм походженням, сутністю та естетичним характером комічне має соціальний характер. Лінгвіст Д.Б. Келарева відзначає, що в основі комічного лежать філософсько – естетичні й соціопсихологічні принципи, що визначають природу лінгвістичних принципів формування комічних текстів [34].

Лінгвіст А.З. Вуліс підкріплює цю думку тим фактом, що комічне бере початок від об’єктивних протирічь соціального життя. “Воно завжди пов’язане з людською діяльністю, породжується суспільними протиріччями, які мають дві протилежні сторони, одна з яких – обов’язково негативна. Саме ця сторона є основою висміювання” [13, с. 96].

Більше того він стверджує, що “комічне може виявлятися по – різному: у невідповідності нового та старого, змісту та форми, мети та засобів, дії та обставин, реальної сутності людини та її думки про себе. Комічне визначає характер багатьох видів літератури: комедії, байки, сатиричного роману, фейлетону, лімерику. Така ж очевидний тісний зв'язок комічного з негативним, поганим, потворним” [13].

Аналізуючи комічне, дослідники прийшли до висновку, що комічне опирається на несумісність між метою та засобами, дією та результатом та низовинним і піднесеним [46].

Дати визначення комічного, як суперечності спробував такий дослідник як Ю. Б. Борев. Він зазначає, що “комічне – це суспільно відчутна суперечність, суспільно значима об’єктивна невідповідність (мети й засобів, форми й змісту, дії й обставин, сутності і її проявів, причини й наслідку, дії й результатів, старого і нового, реальності й уявлення про неї тощо), у якій або сама суперечність, або одна з її сторін протистоять високим естетичним ідеалам” [9, с. 43 – 44].

А.В. Карасик стверджує, що лінгвістичними характеристиками комічного являються своєрідні перебільшення, спрощення та повтори, включно з порушеннями між понятійними, предметними та знаковими властивостями висловлювання. Будь – який гумористичний текст будується як диференціація семантичних, прагматичних, синтаксичних та формально – знакових змістових порушень [32, с. 208].

Об’єктом комічного можуть стати різнобічні явища, окрім тих, які включають страждання, горе, крах прикладів досконалості та смерть гідної людини. Окрім вищезазначених явищ, об’єктом не може виступати революційна історична подія або процес, а також небувалий героїзм та новаторські відкриття, що були здійснені всупереч винятковим труднощам [33].

Беручи до уваги думки лінгвістів, “комічність того чи іншого об’єкта, згідно з думками вчених, закладено або в якостях самого об’єкта комічного бачення, або ж в особливостях реакції суб’єкта”. Перший тип включає констатування неординарних характеристик об'єкта, а саме помилковість, контрастність, суперечливість, невідповідність тощо. В основі другого типу лежать теорії, які пояснюють, які почуття, емоції чи психічний стан людина переживає під час сміху [42].

У лінгвістиці виділяються два види комізму, що є протилежними одне одному. Першим видом є комізм вищого порядку, що сприймається як частина галузі естетики та належить до поняття прекрасного, а другим видом є комізм низинного порядку, що є поза поняттям естетичного та прекрасного і сприймається як щось низинне [70].

Згідно з думкою певних теоретиків, низинний вид комізму включає усі види фарсу, клоунад та балаганів, а до комізму вищого порядку вони відносять класичні комедії письменників [10].

Філософ Б. Дземідок виокремив 6 типологічних моделей комізму:

1. **Теорія негативної якості та переваги суб'єкта пізнання комізму над об'єктом;** сміх має безпосереднє ставлення до переваги над оточенням (представники – Арістотель, К. Уберхорст, Т. Гоббс).

2. **Теорія деградації;** джерелом комічного найчастіше є деградація цінності, повалення піднесеного чи серйозного до ступеня низького та нікчемного (представники – А. Бейн, А. Стерн).

3. **Теорія контрасту як основи комічного** (представники — Т.Т. Ліппс, Г. Гефдінг).

4. **Теорія протиріччя**; джерело комічного є невідповідність між реальним та мислимим об'єктами (представники — А.А. Шопенгауер, Г. Гегель, Н.Г.Чернишевський, Ю.Б. Борев).

5. **Теорія відхилення від норми як основи комічного** (представники – К. Грос, К. Мільтон, Нейхем.)

6. **Теорія мотивів, що перетинаються**; об’єднує концепції дослідників, у чиїх наукових працях перетинаються кілька мотивів, що пояснюють сутність комічного (представники — А.А. Бергсон, З. Фрейд та ін) [20].

Причиною неоднозначного трактування комічного та значної кількості його концепцій є те, що в них розглядається лише один вид комічного, а узагальнення спрямовується на комічне загалом [30].

Розглядаючи концепцію В.Я. Проппа, можна зазначити, що автор наголошує, що в основі комічного лежить протиріччя у взаємних відносинах між суб'єктом та об'єктом сміху [46]. Лінгвіст В.Д. Девкін підтримує думку В.Я. Проппа і додає, що всім формам комічного притаманна одна спільна риса – це протиріччя [18]. Їх точки зору також розділяє Ю.Б. Борев, який стверджує, що "комічне породжує соціально забарвлений, значущий, одухотворений естетичними ідеалами, "світлий", "високий" сміх, що заперечує одні людські якості та суспільні явища і стверджує інші" [10].

І.А. Блинова та А.А. Зернецька додають, що "комічне (у всіх його різновидах) є формою оцінного освоєння світу й інструментом руйнування надмірної стереотипності мислення – норми. Як правило, комічне характеризується як результат контрасту, протиріччя: форми – змісту, мети – засобам, дії – обставинам, сутності – її видимості, причини – наслідку, процесу – його результату, реальності – її уявленням про неї. Комічне постає як неочікуваність, що підкреслює і посилює протиріччя, дає змогу побачити їх у новому світлі, в їхній естетичній формі" [8].

У 20 столітті з'явилася така тенденція, яка полягала в, тому що теорії комізму та сміху становили одне ціле. Сучасні лінгвісти навпаки розмежовують комічне та смішне.

Одним з тих є Ю.Б. Борев, що розділяє ці два поняття та під смішним має на увазі весь спектр ситуацій та явищ, які змушують нас сміятися, під комічним соціально значуще смішне [9].

Згідно з думкою дослідника, "комічне – це явище, яке заслуговує на емоційно насичену естетичну критику, що представляє реальність у несподіваному світлі, що розкриває її внутрішні протиріччя і викликає у свідомості сприймає активне самостійне протиставлення предмета естетичним ідеалам" [9].

Комічне є смішним, але не все смішне може вважатися комічним. Сміх вважається особистісною реакцією, тому що жарт, який здаватиметься надзвичайно кумедним для однієї людини не завжди викликатиме сміх у іншої людини.

Щодо реакції особистості на кумедні ситуації висловилась Т.Б. Любимова. Вона зазначає, що, за винятком бажання сміятися, існує ще одна умова виникнення комічного, а саме розуміння. Якщо людина не розуміє суть, то очевидно, що ситуація або жарт не здаватися їй смішним. Наприклад, професіонал у своїй галузі може посміятися над безглуздою помилкою або оцінити дотепне рішення, а людина, яка не має нічого спільного з тією галуззю не зможе ніяк відреагувати ні на помилку, ні на рішення. Тобто на все, на що переноситься розуміння людини, переноситься і комічне [42, с. 41].

Щодо виявів комічного, то думки дослідників розходяться. О. Калита [28], А. Островська [45] та Л. Анучина [1] висловлюють думку, що до форм комічного належать сатира, іронія та гумор. О. Шумейко [55] [56] також доповнює цей список сарказмом.

На противагу вищезазначеним авторам, Л. Жигота [23] виокремлює такі форми як бурлеск, гротеск, сатиру, іронію і сарказм.

Гегель вважає, що “в основі естетичних категорій іронії, сатири, гумору лежить протиріччя, подібне до його комічної формою. Коренева схожість даних категорій з категорією власне комічного створюють передумови для трактування комічного як родової категорії стосовно іронічного, сатиричного та гумористичного” [16].

Б. А. Дземидок виділяє такі три гумористичні методи як гумористичний, сатиричний та проміжний (глумливо – іронічний). Дослідник наголошує, що «виділяти такі форми комічного, як гумор, сатира, іронія, гротеск, карикатура, дотеп, пародія – це все одно, що

розподіляти людей на чоловіків, жінок, брюнетів, блондинів і студентів» [20, с. 103].

Дотепер ще досі не існує уставленого визначення обсягу та змісту термінів, що зазначають види комічного, їх кількість та взаємозв'язки, які є своєрідними для них. Теоретична розробка комічного ускладняється тим, що певні його категорії постають як величини, що змінювались впродовж історії й показували свою смислову динаміку протягом різних фаз розвитку літературо – практичної та естетичної думки [56, с. 166].

Лінгвістичний принцип вираження комічного сенсу – це закономірна основа використання прихованого потенціалу мовних одиниць при їх використанні в мовленні, що реалізує умови для порушення внутрішньо системних відносин. [33].

Дослідниця Д.Б. Келерева наголошує, що вираження комічного сенсу здійснюється на різних мовних рівнях, а саме на морфологічному, фонетичному, лексичному та синтаксичному рівнях. На додаток, лінгвістичні принципи вираження комічного сенсу є універсальними, адже національні системно – мовні особливості вираження комічного змісту виявляються тільки на рівні форми й структурування тексту, не включаючи їх суть [33].

Отже, лінгвісти різних країн світу протягом довгого часу аналізували та досліджували сутність та природу категорії комічності та дійшли висновку, що основними принципами сутності категорії комічного є протиріччя та відхилення від норми. Ми також можемо стверджувати, що створення комічного включає мутуалізм лінгвістичних засобів на всіх мовних рівнях та екстралінгвістичних чинників. Будь – який засіб, що застосовується задля створення комічного посилюється тільки якщо слухач з'ясовує комічний намір мовця та відповідно реагує на нього.

1.3 Гумор, сатира, сарказм та іронія як види комічного

Попри те що існує багато досліджень природи та сутності комічного, чіткої класифікації даної категорії досі не існує. У зв'язку з цим, ми використовуватимемо загальноприйняту точку зору, згідно з якою поняття комічного можна класифікувати по об'єкту й степені інтенсивності, яку виражає критика. До цієї класифікації входять гумор, іронія, сатира та сарказм [27, с. 45]. Якщо гумор та сатиру ніхто не заперечує, то сарказм та сатиру багато лінгвістів такі як Ю.Б. Борев, Н. Гартман, М.С. Каган, Л.И. Тимофеев не включають у цю класифікацію.

Спершу розглядатимемо гумор. На думку А.О. Щербини, гумор як слово застосовується щонайменше у трьох значеннях, а саме: "1) твори й жанрові різновиди гумористичної літератури; 2) почуття гумору; 3) форма критичного ставлення до дійсності, форма комічного осміювання" [57, с. 27].

М.А. Кулинич стверджує, що гумор – це комплексний феномен, що осягає багато сторін людської життєдіяльності. Гумор постає як невіддільна (частина/ознака) умова життя суспільства та окремої особи, гумор – незамінний компонент буття та елемент творчого та образотворчого процесів. Щобільше, гумор визначається як одна з характеристик індивіду поряд з мовленням та математичними здібностями [35].

Г.Г. Почепцов зазначав, що гумор, а саме лінгвістичний гумор, вимагає від людини високих інтелектуальних здібностей і може існувати тільки в специфічних соціолінгвістичних умовах любові до мови та отримання естетичного задоволення від його використання [69].

З ним погоджується М.А. Кулинич, яка наголошує, що гумор прямо залежить від когнітивної системи індивіда та його концептів, цим самим вказуючи, що гумор є різним для всіх [35].

М.Р. Жовтухіна додала, що гумор викриває гуманістичне начало індивіда і закликає не знищувати це явище, а удосконалювати його [24].

Через свою багатоаспектність, гумор розглядається зі сторони різних лінгвістичних напрямів, тому його досить складно визначати. Окрім лінгвістики, феномен гумору досліджує також лінгвокультурологія, психолінгвістика, когнітивна лінгвістика та комунікативна лінгвістика [28].

Існує така думка серед дослідників, що чіткого визначення гумору взагалі не існує. О. Бергсон та Б. Кроче висловлювали думку, що гумор не може бути обґрунтованим лише одним терміном і його потрібно вважати тимчасовим явищем, що залежить тільки від індивіда [7] [65].

Їх думку підтримує Т.Б. Любимова, вона вважає, що намагання визначити гумор можна порівняти зі спробами схопити вітер руками, адже так само як і вітер гумор може змінювати напрям свого руху і наділяється різною силою. Варто зазначити, що висловлювання, які вважались досить серйозними в минулому, з огляду на сьогодення можуть набувати гумористичного значення [42, с. 38].

Згідно зі словами В.Д. Девкіна, “гумор – це особливий вид комічного, що відрізняється від сатири більш м'яким ставленням до недоліків життєвих явищ, поведінки людей, здатністю викликати незлобиву посмішку і що ґрунтується на використанні прийомів дотепності смислової гри” [18].

Його думку також підтримує А.Б. Бушев і зауважує, що гумор – це особливий вид комічного, що поєднує насмішку і співчуття, зовні комічне трактування і внутрішню причетність до того, що називається смішним. На відміну від “руйнівного сміху” сатири та “сміху переваги” (у тому числі іронії) в гуморі під маскою смішного таїться серйозне ставлення до предмета сміху і навіть виправдання дивака [11].

Властивостями гумору є неагресивний характер висміювання об'єкта або явища, також дійсний стан справ не протиставляється ідеалу, а об’єкт, який критикують все одно залишається привабливим. Тобто це в першу

чергу примирливий сміх над окремими незначними недоліками, що спонукає до вдосконалення, а не до знищення [27, с. 50].

Тобто під гумором ми вбачатимемо вид комічного, що виражає незначну насмішку над поведінкою людей та життєвими обставинами.

Наступною ми аналізуватимемо сатиру, яка, на думку О.Б. Шонь, відрізняється від гумору "своїм фактором мовного та екстрамовного змісту, що знаходить вияв у дискусійному боці творів, засобами їх мовної репрезентації та екстрамовної прагматики, переважно соціальної, психологічної чи політичної орієнтації" [54, с. 8].

Дебра Лонг й Арутр Грассери у своєму дослідженні зазначають, що сатира – це "агресивна форма комічного, яка висміює соціальні інститути та соціальну політику" [68, с. 36].

Об'єктом сатири є соціально – небезпечні вади авторитету, що викриваються, заперечуються та протиставляються ідеалу під час висміювання. Ще досі достеменно невідомо чи є сатира жанром, родом чи особливим принципом зображення дійсності. Певні науковці зазначають, що "та обставина, що сатирична література об'єднує собою найрізноманітніші прозові, поетичні та драматургічні сатиричні жанри, змушує говорити не лише про сатиричне художній принцип, а й про сатиру як рід літератури" [24, с. 27].

Вирізняють три лінгвістичні засоби, що проявляють сатиру, а саме деформація, гіперболізація та гротеск [24, с. 54].

Деформація – це цілеспрямоване перебільшення, огрублення, схематизація або опущення окремих елементів образу з натяком на існування неправдоподібних трансцендентних, пов'язаних з категорії "добра" і "зла" сил. Наслідком деформації є загостреність виразності форми, експресивність та символічність [71, с. 75].

Гіперболізація викриває прихований зміст в зазначеній дійсності, її емоційно – естетичний потенціал, що проявляється у будь – якій властивості, якості реалій, що існують [24, с. 55].

Під гротеском розуміється умисне перебільшення та загострення певних сторін предмета чи явища дійсності, що призводить до зруйнування наявних зв'язків та заміни їх контрастним з'єднанням властивостей явища, що не поєднуються між собою [24, с. 55].

Сатирою ми називатимемо один із видів комічного, який виражається у більш агресивній та критичній формі негативних емоцій.

Згідно з думкою Ю.Б. Борева, сатира виникає у тому випадку якщо негативними вважаються не певні риси, а явище в цілому, коли воно є небезпечним для суспільства і може йому зашкодити. Таке явище вже не може бути пов’язаним з приязним сміхом, а лише викликає сатиричний та викривальний сміх. Висміюються зазвичай держава, політика та влада, адже сатира прагне покарати та заперечити недоліки світу і робить це для того, щоб докорінно перетворити їх на переваги, тобто довести до ідеалу [10, с. 88–89].

Щодо сарказму, то зазвичай його визначають через іронію та сатиру, тобто це «їдке, уїдливе глузування з відверто викривальним, сатиричним змістом» [10, с. 165]; “гірка іронія, їдка насмішка” [71, с. 404]. “Сатирична за спрямованістю, їдка й уїдлива іронія, що робить об'єктом викриття шляхом разючого глузування – знущання явища, особливо небезпечні за своїми суспільними наслідками” [71, с. 305].

На відміну від вищезгаданих визначень, ми все ж таки розглядаємо сарказм як один з незалежних видів комічного так само як це і робить М.Р. Жовтухіна. Причиною для цього є те що сарказм на відміну від сатири не висміює політику, владу, а концентрується на особистості та її проявах. Сарказму притаманна надмірна критичність, словесна агресія, відхилення встановленого порядку речей, що все скоріш є “на межі з цинізмом, тобто

нахабною, безсоромною поведінкою і зухвало – зневажливим ставленням до норм суспільної моралі, моральності" [24, с. 56].

Різниця між сарказмом та іншими видами комічного є разючою. Сарказму характерний чималий рівень критичності, злободенності та звичайно ж агресії. Ще однією характерною рисою є те що сарказму властива безкомпромісність та різкість, тобто людина використовуючи сарказм не замислюється про почуття інших людей і не переймається за наслідки до яких можуть призвести її слова. Щодо комічності у сарказмі, то вона тут на дуже низькому рівні, тому що індивід не має на меті приховувати своє обурення, а навпаки досить відкрито його демонструє.

Останнім видом, який аналізуємо є іронія. Іронія є дуже різностороннім терміном, адже іронією може бути троп, особливий вид ситуації та філософська ідея [52, с. 20].

Б.А. Гомлешко дає найбільш доцільне визначення цього виду комічного, "іронія – одна з форм імплікації, яка зазвичай розглядається як відбиток асиметрії між формою і змістом або як випадок неповного покриття плану змісту планом вираження. Імплікація отримує лише часткову словесну реалізацію в тексті, яку практично можна розгорнути, тобто експлікувати, оскільки її існування настільки ж реальне, як експлікація" [17, с. 11].

Ю.Б. Борев також додає, що іронії притаманна семантична двоплановість, тобто у ній фігурують два сенси як буквальний, так і прихований [9].

З лінгвістичної точки зору, іронія трактується як вид іносказання, що поєднує дві протилежні оцінки в єдиному висловлюванні. Одна з цих оцінок створює експліцитний план висловлювання, що виражає позитивну оцінку, а інша імпліцитний, тобто включає оцінку, яка містить критику і може бути зрозуміла тільки в контексті [16, с. 359].

На думку О. Ф. Лосєва “будь – яка іронія містить у собі певний елемент алегорії, хитрощів чи обману. Коли про якусь людину говорять, що вона іронізує, то тим самим мають на увазі, що вона говорить не щиру правду, а якоюсь мірою обманює, вводить в оману своїх слухачів. Але абсолютно очевидно, що ніякий обман сам собою ще не іронія. Іронія, на відміну від обману, не просто приховує істину, але й виражає її, тільки в особливий, алегоричний спосіб” [40, с. 326 –327]

Основним завданням іронії є прагнення завуалювати справжній сенс сказаного, але таким чином, щоб індивід міг здогадатися про що йдеться [41, с. 2]

А.Н. Лук також підкреслив те, що “іронія полягає в тому, що людина говорить щось протилежне тому, що насправді думає, проте слухачами читачам дається можливість – натяк смисловий чи інтонаційний – зрозуміти, що саме насправді думає автор” [41, с. 2].

Лінгвіст В.М. Шиліхина наголошує, що відповідальним за наслідки комунікації є той індивід, що ініціював використання іронії. Дослідники, що аналізували властивості іронії зазначають, що комунікативні наміри мовця стають початком функції, яку іронія здійснює у тій чи іншій ситуації [52, с. 100].

Окрім іронії, науковці також досліджували її вид, тобто іронічну номінацію. В.М. Шиліхіна розглядає іронічну номінацію як “невірну категоризацію об'єкта”. Вона стверджує, що “оскільки ми маємо справу з нетривіальним способом вказівки на об'єкт (нетривіальність полягає в тому, що зовні іронічна референція далека від комунікативного ідеалу: говорить вказує на один об'єкт, маючи на увазі інший), ми не можемо говорити про пряме співвідношення слова та об'єкта” [52, с. 27]. За її словами, іронічна номінація є способом називання в наслідок якого мовець висловлює своє іронічне ставлення щодо об’єкта іменування [52, с. 51].

Отже, проаналізувавши всі вищезгадані види комічного, тобто гумор, сатиру, сарказм та іронію, ми зазначаємо, що гумору та іронії властива тільки незначна критичність та висміювання соціального явища, що не є небезпечним. На відміну від них, сатира та сарказм висміює об'єкт та дає йому оцінку досить відкрито і зазвичай агресивно. Ці види різняться своїм об'єктом, тобто сатира висміює владу та політику, а сарказм застосовується, щоб глузувати з особистості або її якостей.

Власне комічний ефект реалізується за допомогою різноманітних прийомів та засобів мовної виразності, які ми розглядатимемо у наступному підрозділі.

1.4 Лінгвостилістичні засоби як метод вербалізації комічного

Аналізуючи проблему комічного, науковці дійшли до висновку, що підґрунтям для створення комічного ефекту служить протиріччя: безобразного – прекрасному (Аристотель), нікчемного – піднесеному (Кант), образу – ідеї (Фішер), автоматичного – живого (Бергсон), нецінного – претендує на цінність (Фолькельт), великого, важливого – нікчемного (Ліппс), безглуздого – розсудливого (Жан Поль) тощо. Попри те що всі вищезазначені протиріччя лежать в основі одного з різновидів комічного, але ні одне з них доцільно не характеризує його природу [4].

"Представляючи комічне як єдність сатиричної та гумористичної форм та іронії – як проміжної форми, відзначаємо, для комічного у всіх його формах властива загальна риса – протиріччя, включає такі поняття як "відхилення від норми", "суперечність", "контраст" тощо" [26].

На думку В.Я. Проппу "комічне завжди прямо чи опосередковано пов'язано з людиною", тобто будь – що пов'язане з індивідом, чи то зовнішність, чи фігура, чи рухи можуть здаватися смішними. Сюди також можемо віднести характер, бажання, цілі, прагнення та судження людини,

тобто об’єктом сміху може стати фізичне, розумове та моральне життя індивіда” [46].

Комічний ефект виникає внаслідок особливого роду когнітивно дискурсивної взаємодії структур мовного значення та сенсу. Гумор, що має смислову природу, іманентно не міститься у мовних значеннях. Як динамічна категорія він виникає у просторі сенсу результаті семантичних перетворень, викликаних тими чи іншими особливостями функціонування мовних значень у художньому дискурсі.

З лінгвістичної точки зору, найбільший інтерес для нас представляють засоби створення комізму, що існують в мові та їх вивчення. Такими засобами є різноманітні засоби мовної виразності та стилістичні прийоми.

На думку Гальперина, “*засоби мовної виразності* – це фонетичні, морфологічні, лексичні, фразеологічні, словотворчі та синтаксичні форми, що існують в мові для логічного та емоційного посилення висловлювання” [14].

Стилістичний прийом – це навмисне та свідоме посилення будь – якої типової структурної та семантичної риси мовної одиниці, що досягло типізації та узагальнення та стало похідною моделлю [14].

Мовні засоби на різних рівнях сприяють створенню комічного ефекту. І.В. Цикушева зазначає, що комічний ефект створюється на таких рівнях як :

1. Фонетичний (метонімія, алітерація, ономатопея)
2. Лексико – семантичний (гіпербола, перифраз, каламбур, пародія)
3. Стилістично – граматичний (відхилення від граматичної норми) [50].

Лінгвістика налічує значну кількість класифікацій стилістичних прийомів. Такі відомі автори як І. Р. Гальперін, Дж. Н. Ліч, Ю. М.

Скребнєв, І. В. Арнольд та В. А. Кухаренко представили власні класифікації, що базуються на різних принципах та критеріях.

Аналізуючи класифікації, ми вирішили виділити класифікації запропоновані Ю. М. Скребнєвим [48] , І.Р. Гальпериним [14], І. В. Арнольд [3] та В. А. Кухаренко [30].

Взявши за основу порівневий підхід, І.Р.Гальперин [14] створив класифікацію та виділив три основні групи: фонетичні, лексичні, синтаксичні засоби мовної виразності та стилістичні прийоми.

Щодо класифікації І.В. Арнольд, лінгвіст виділяє такі засоби як метафора, гіпербола, метонімія, літота, іронія, антономазія, синекдоха, епітет, алегорія, перифраз, уособлення [3].

Останньою є робота Ю.М. Скребнева, який представляє прагматичну та синтагматичну фонетику, морфологію, лексикологію, синтаксис та семасіологію [48].

Найбільш доцільним для нас буде об’єднати класифікації В.А. Кухаренко [30] та І.Р. Гальперина [14] і розподілити стилістичні засоби за такими мовними рівнями як фонографічний, лексичний, синтаксичний та прагматичний.

Засобами фонографічного рівня виступають: *алітерація, асонанс, ономатопея, графон, вигук, метатеза, multiplication, capitalization.*

Найбільшу кількість засобів задля створення комічного ефекту налічує лексичний рівень: *прізвисько, фразеологізм, алюзія, вульгаризм, метафора, уособлення, персоніфікація, гіпербола, антономазія, гра слів, дисфемізм, антифраза, зевгма, евфемізм, епітет*.

Наступним рівнем, що нараховує значну кількість засобів задля досягнення ефекту комізму є синтаксичний рівень: *паралельні конструкції, еліптичні конструкції, апосіопеза, послідовне повторення, епіфора, анафора, анадиплосис, риторичне запитання, вставні слова, антитеза, парцеляція, номінативні речення, парантеза, градація.*

Прагматичний рівень включає тільки 3 засоби: *сарказм, іронія, парадокс.*

Дана класифікація безперечно має низку переваг, а саме вона враховує всі мовні структури, називає не тільки певні стилістичні прийоми будь – якого мовного рівня, а й коротко дробить їх на свої структурні підвиди, не заглиблюючись у семантику. Також сама теорія є досить систематизованою та чіткою, що робить її прийнятною для застосування у стилістичному аналізі тексту.

Підсумовуючи вищезазначені класифікації, Е.В. Шабуніна виділила найбільш характерні мовні прийоми задля реалізації гумору:

1. Порівняння
2. Метафори
3. Епітети
4. Повтори
5. Алюзії
6. Прислів'я та приказки
7. Крилаті вислови
8. Фразеологізми
9. Цитати, що не підходять по контексту
10. Контрастне функціонування стилів мови [51].

Попри вищезазначені стилістичні фігури, тропи залишаються одними з найбільш вживаних засобів для реалізації комічного ефекту.

Окрім того, Баррі Блейк наголошує, що ефективними засобами створення комічного ефекту є складні слова, брендинг, префікси та суфікси, евфемізми та каламбури. Також варто згадати ще випадки порушення граматичних норм, що включають використання неправильної частини мови, пропущений суб’єкт чи об’єкт, помилки у використанні вказівних займенників та дієприкметникових зворотів, порушення узгодження [60].

Отже, стилістичні засоби вважаються одними із найбільш ефективних засобів творення комічного. Засобами, що зустрічалися нам у проаналізованих скриптах з регулярною частотністю були фразеологізми, алюзії, вульгаризми та прізвиська. Створюючи ефект комізму, ці засоби підкреслюють особливості, якості та поведінку героїв в комічних ситуаціях та додають яскравості образам героїв.

Висновки до розділу 1

Комічне – це багатоплановий структурний феномен, що зустрічається у багатьох сферах діяльності та пізнання людини. Комічне за своїм походженням, естетичним характером та сутністю наділене соціальним характером, а в його основі лежать філософсько – естетичні й соціопсихологічні принципи. Комічне породжується соціальними протиріччями між двома протилежними сторонами, одна з яких є негативною та слугує основою висміювання.

Комічне може висміювати різнобічні явища, окрім тих, які пов’язані з стражданням, горем, крахом прикладів досконалості та смертю гідної людини.

Лінгвісти вирізняють два види комізму, один з них – це комізм вищого порядку, що сприймається як частина галузі естетики, а інший – це комізм низинного порядку, що є поза поняттям естетичного та прекрасного і сприймається як щось низинне.

Комічне є смішним, але не все смішне може вважатися комічним. Сміх вважається особистісною реакцією, яка виникає тільки, якщо слухач розуміє суть жарту.

Щодо виявів комічного, більшість дослідників дотримуються думки, що формами комічного є гумор, сатира, сарказм та іронія.

Комічне реалізується на різних мовних рівнях, а саме на фонографічному, лексичному, синтаксичному та прагматичному.

Створення комічного ефекту можливо тільки завдяки лінгвостилістичним засобам та прийомам.

Найбільш характерними прийомами вираження гумору є метафори, фразеологізми, порівняння, епітети, повтори, алюзії, крилаті фрази, вигуки, вульгаризми та графон.

Скрипт є доволі неоднозначним явищем, що викликає багато суперечок серед лінгвістів, адже деякі не вважають його літературним витвором, тому що це явище не входить до Аристотелівської системи.

Попри всі сперечання, скрипт є унікальною формою художнього витвору, що об’єднує в собі характеристики драматичного твору та технічного документа.

РОЗДІЛ 2
ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ ВИРАЖЕННЯ КОМІЧНОГО У СКРИПТАХ КІНОКОМПАНІЇ MARVEL ЗА 2017 – 2019 роки

2.0 Вступні зауваження

Розділ присвячений висвітленню особливостей використання лінгвостилістичних особливостей репрезентації комічного у скриптах кінокомпанії MARVEL за 2017 – 2019 роки. Особлива увага приділялася порівняльному аналізу лінгвостилістичних засобів на різних мовних рівнях.

2.1 Методичний алгоритм дослідження

У ході нашого дослідження ми вдавалися до використання загальнонаукових та лише лінгвістичних методів аналізу. До загальнонаукових належали синтез, аналіз, узагальнення та систематизування, а до лінгвістичних – семантичний, дескриптивний, лінгвостилістичний та компонентний.

Вживання вищезгаданих методів, що є зорієнтованими на опис актуалізації та відтворення комічного через лінгвостилістичні засоби, передбачає науковий пошук на 4 етапах аналізу.

Перший етап. Упродовж цього етапу ми сфокусувалися на узагальненні відомостей про комічне, його підвиди та характеристики. Також ми приділили увагу такому феномену як скрипт, проаналізували його характеристики та текстові категорії. Ми дійшли висновку, що комічне – це соціолінгвоестетична категорія, що породжується соціальними протиріччями та в основі якої лежать філософсько — естетичні й соціопсихологічні принципи (*метод теоретичного аналізу та*

синтезу). Завдяки цьому методу ми також змогли виокремити такі форми комічного як іронія, сатира, гумор та сарказм.

Метод дескриптивного аналізу дав нам змогу описати сутність іронії, сатири, гумору та сарказму. Ми підсумували, що гумор – це критика, що спрямована на приязне та глумливе ставлення до об'єкта та його недоліків. Сатира ж є агресивною формою комічного, метою якої є висміяти соціально – небезпечні вади авторитету. Ціллю іронії є заперечити стверджувальне або поєднати дві протилежні оцінки в одному висловлюванні. На противагу вищезазначеним формам, сарказм – це різка та уїдлива насмішка, яка прагне показати своє критичне ставлення до об’єкта висміювання.

Другий етап. На цьому етапі нашого дослідження ми застосували *метод безпосереднього спостереження*, щоб виокремити домінувальні мовностилістичні засоби творення ефекту комізму (фразеологізм, вульгаризм, алюзія, графон, вигук, паралельні конструкції тощо). Завдяки описовому методу, ми змогли проаналізувати та класифікувати лінгвостилістичні одиниці на фонографічному, лексичному, синтаксичному та прагматичному рівнях.

З метою виявити кількісні параметри функціонування лінгвостилістичних засобів вираження комічного використовувався *метод кількісних підрахунків*.

Третій етап. За допомогою *методу контекстуального аналізу* нам вдалося проаналізувати лінгвостилістичні засоби у контексті з метою виділення у них додаткових семантичних та стилістичних забарвлень, які додають висловлюванню гумористичного відтінку. Кореляція *методу зіставлення* та *семантико – стилістичного методу* дала нам можливість виокремити мовностилістичні засоби, які найкраще реалізують комічний ефект.

Четвертий етап. Застосовуючи порівняльний метод нам вдалося порівняти кількість вживання кожного мовностилістичного засобу у 2017 – 2019 та 2020 – 2022 року. Отримані дані дозволяють нам стверджувати, що кількість засобів на різних мовних рівнях загалом зменшилась, але кількість повторень певних засобів навпаки збільшилась.

2.2 Лінгвостилістичні особливості вираження комічного на фонографічному рівні

Як зазначалося у попередній главі, лінгвостилістичні засоби вираження комічного існують на таких рівнях як фонетичний, графічний, лексичний, синтаксичний та прагматичний.

Матеріалами дослідження слугували скрипти кінокомпанії MARVEL.

Розглянувши засоби комічного на фонетичному рівні, ми виявили такі засоби, як алітерація, асонанс, ономатопея, графон, вигук та метатезу, а на графічному – hyphenation, multiplication та capitalization.

Порівняння кількості використаних лінгвостилістичних засобів на цих рівнях представлено в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Кількість лінгвостилістичних засобів реалізації комічного на фонографічному рівні

№	Засоби	Кількість використань
1	Графон	68
2	Вигук	57
3	Hyphenation	46
4	Ономатопія	34

5	Multiplication	20
6	Алітерація	10
7	Метатеза	8
8	Асонанс	3

Як слідує з таблиці, засобом з найчисельнішою кількістю використань був **графон**, який застосовувався 68 разів. Автори скриптів вживали цей засіб задля того, щоб звернути увагу глядача на мовні та розумові особливості персонажа або на його манеру поведінки. Наприклад:

“Deadpool stands. Walks behind the couch, and as he passes
the back of Blind Al’s head... FARTS.
DEADPOOL (CONT’D)
Hash-tag Drive-by.
BLIND AL
(to herself)
*I’m **gonna** find this ‘Craig.’ And I’m*
***gonna** kill him.*
DEADPOOL
*Once I’ve got the cure, I’m **gonna** do the*
same to Francis...” [62].

Автори скриптів вживали цей засіб задля того, щоб звернути увагу глядача на мовні та розумові особливості персонажа або на його манеру поведінки.

Друге місце у таблиці займає **вигук**, який вживався персонажами 57 разів. Персонажі вдаються до вживання вигуків задля вираження їх емоцій, особливо таких як здивування, знервованість або страх та додавання експресивності висловлюванню. Приміром:

“SCOTT

Doink! *Come here, you little weasel! No, you don't! I guess maybe you do.* ***Come on!*** *Anyone see a Southern gentleman carrying a building? How'd he even have time to buy a ticket?* ***Would you just one time, please work! Yes! All right, I need help. Yes! Oh. Sorry. Ah... Somebody! Hey! Come on, man! Not cool! Murderers! Yes, yes, yes, yes! I'm gonna call you Ant-onio Banderas! You're a badass! Yes! No, no, no! Ant-onio!*** *" [58].*

Вживання вигуку у вищезазначеному фрагменті зумовлено тим, що Скот схвильований ситуацією і застосовуючи серію вигуків створює ефект комізму.

Третє місце займає такий засіб як **hypnenation**, який зустрічався 46 разів. Наприклад:

"WADE

Babe, we've been through this! Cancer's a real shit-show. ***A Yakov-Smirnoffopening-for-the-Spin-Doctors-at-the-IowaState-Fair shit-show****. And under no circumstances will I take you to that show. I want you to remember me me.*

VANESSA

Well, I want to remember us us" [62].

У вищезгаданому уривку Вейд застосовує hyphenation для того, щоб саркастично висміяти ідею Ванесси щодо її перебування разом з ним після того, як він дізнався про своє захворювання.

Наступним засобом, який використовувався авторами скриптів 34 рази, була **ономатопея**. Приміром:

"DRAX

Ha ha! I have single-handedly vanquished the beast!

Quill SCOFFS. Rocket SNORTS. *Gamora stares at him, dead-eyed.*

Baby Groot throws a rock at him.

QUILL (CONT'D)

Just be careful what you say around these folks. They're easily offended and the cost of transgression is death" [63].

Автори скриптів вдавалися до ономатопеї задля того, щоб показати реакцію членів команди на абсурдність висловлювання Дракса, що він самотужки переміг монстра, адже в реальності дії Дракса були безрезультатними.

Черговим засобом виявленим нами під час дослідження було **multiplication**, який вживався 20 разів. Цей засіб так само як і hyphenation не несе ніякого лексичного значення, але застосовувався авторами, щоб додати тексту експресивності та емоційності. Наприклад:

"WEASEL

I can't envision a scenario where Vanessa won't take you ***ba-***

*(Wade steps into light, takes off his hoodie****) -aaaaaccckkk!****! Holy shit. You... are...terrifying. You look like an avocado had sex with an older avocado" [62].*

Герой використовує multiplication разом з уособленням задля того, щоб посилити емоційну реакцію друга Вейда на його зовнішність і цим самим викликає сміх у глядачів.

Фонетичним стилістичним засобом, який також згадувався героями 10 разів була **алітерація**. Приміром:

"WADE (CONT'D)

To wash the taste out. It's hard to forget being so... impressive.

RECRUITER

Now you ***spend your days sticking up for the little man, slitting small time throats for small time folks****.*

WADE

People change" [62].

Алітерація застосовувалась для того, щоб додати тексту ритмічності та інтонаційної виразності.

Такий засіб, як **метатеза**, теж був зазначений у скриптах та використовувався 8 разів. Приміром:

“GROOT

I am Groot.

ROCKET

*I'm not **a raboon** either!*

GROOT

I am Groot.

ROCKET

*`**Raccoon**,' whatever!” [64].*

Автори скриптів вдавалися до метатези у вищезазначеному уривку задля відображення емоцій героя або його саркастичного ставлення до чогось або до когось.

Звертаючи увагу на результати представлені у таблиці, ми бачимо, що засобом, який вживався найрідше був **асонанс** (3 рази). Наприклад:

“Wade PUSHES the MONEY AWAY...

WADE (CONT’D)

I ain’t taking allowance money. Make

*sure it gets back to **Ms. Osflorsky**?*

***Onroflensky? Olly-Olly-Oxen-Free**?*

WEASEL

Orlofsky. For a merc, you sure are warmblooded. Bet you let the boy off easypeasy, too” [62].

Це явище вживалося Вейдом задля додання інтонаційної виразності тексту.

Проаналізувавши скрипти, ми зробили висновок, щоб автори скриптів задля створення комічного ефекту вдавалися здебільшого до фонографічних стилістичних засобів, щоб передати емоції героя,

підкреслити його розумові та мовні здібності або задля додавання іронічності та сатиричності висловлюванням.

2.3 Лінгвостилістичні особливості вираження комічного на лексичному рівні

Під час дослідження скриптів ми виявили, що найбільшу кількість лінгвостилістичних засобів та прийомів, що створюють ефект комізму було знайдемо на лексичному рівні.

Порівняння кількості засобів виявлених у проаналізованих скриптах подано у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Кількість лінгвостилістичних засобів комічного та лексичному рівні

№	Засіб	Кількість використань
1	Вульгаризм	145
2	Фразеологізм	94
3	Прізвисько	89
4	Епітет	75
5	Метафора	53
6	Алюзія	50
7	Уособлення	46
8	Антономазія	38
9	Персоніфікація	31
10	Гра слів	24
11	Дисфемізм	20
12	Зевгма	10

13	Антифраза	2

Перше місце у таблиці займають **вульгаризми**, які згадувались у скриптах 145 разів. Приміром:

“QUILL

*I guess I should be glad I was a skinny kid. Otherwise you would have delivered me to this **maniac**!*

YONDU

*You still reckon that's the reason I kept you around, you **idiot**?!*

QUILL

That's what you told me, you old doofus!” [64].

Персонажі застосовували вульгаризми задля того, щоб виразити своє негативне ставлення один до одного та саркастично висміяти вчинки один одного.

На другому місці розташувались **фразеологізми**, які вживалися 94 рази. Використання фразеологізмів було зумовлене тим, що метою героїв було створення відтінку насмішки, іронії та сарказму. Приміром:

“LUIS

Put a little brown sugar on it. You can put some cinnamon. Put a little honey. Whatever you want...

SCOTT

*Guys, guys, guys. Come on, man. We **got bigger fish to fry**. Is that my desk?*

LUIS

Yeah.

SCOTT

What? Why do I have such a small desk?

LUIS

Because you weren't there when we were choosing desks.

KURT

***You snooze, you lose**” [58].*

У вищезазначеному уривку, Курт глузує над тим, що у Скота найменше робоче місце, адже хто першим зорієнтувався той і отримав все найкраще.

На третьому місці за результатами таблиці посідають **прізвиська**, які використовувались з регулярною частотністю, а саме 89 прикладів. Персонажі дають прізвиська іншим персонажам задля вираження негативного або різкого ставлення або оцінки дій інших героїв. Наприклад:

“YONDU (CONT'D)

These ones here are the ones who followed - of course they're jerks.

Which is what I deserve.

ROCKET

*Slow down, **drama queen**. You might deserve this, but I don't. We gotta get out of here” [64].*

Прізвисько *drama queen* вживається Ракетою задля насмішки над надмірним драматизмом Йонду.

Наступний засіб, який вживався у скриптах досить часто, а саме 75 разів, був **епітет**. Автори мали за мету збагатити висловлювання емоційним та експресивним сенсом і тим самим створити ефект комізму. Приміром:

“GAMORA

How'd you locate us now?

EGO

Even where I reside, out past the edge of what's known, we've heard tell of the man they call Star-Lord. He stands, handing his dish to Gamora.

EGO (CONT'D)

Say we head out that way now? Your associates are welcome, even that

triangle-faced monkey *there" [64].*

Використання епітета зумовлено тим, що Его прагне висміяти зовнішність Ракети порівнюючи його з мавпою.

Метафора була наступним засобом, який траплявся нам доволі часто, а саме 53 рази. Герої скриптів вдавалися до цього засобу, щоб дати емоційну оцінку тим чи іншим явищам і тим самим надати тексту ефект комізму. Приміром:

"ROCKET

*Do you... **shoot tasers out of your Face**?*

TASERFACE

It's metaphorical!

ROCKET

For what?

Taserface thinks. Time for a new answer:

TASERFACE

It's a name what strikes fear in anyone what hears it!" [64].

Ракета вживає метафору, тому що прагне висміяти ім'я іншого героя через тлумачення його в прямому значенні, а не переносному.

Черговий засіб, що займає високе місце у нашій таблиці по частоті використання є **алюзія** (50 використань). Застосування цього засобу обумовлено тим, що за допомогою алюзії герої хотіли висміяти певні особливості або зовнішній вигляд інших персонажів через згадку популярного героя або людини з ідентичними особливостями або виглядом. Приміром:

"WEASEL

I take back the Vanessa thing. You have only one option.

WADE

Find Francis-Go-Fuck-Himself.

WEASEL

(not listening)

*Star in low budget horror movies. Seriously**, you look like Freddy Krueger***

face-fucked a topographical map of Utah" [62].

Алюзія використовується Везелем у цій ситуації для того, щоб насміятися над зовнішнім виглядом Вейда порівнюючи його з Фреді Крюгером зовнішність якого теж була спотворена.

Як ми зауважили, ще одним засобом, який широко застосовувався, а саме зустрічався 46 разів було **уособлення**. Уособлення вживалося у скриптах, щоб підсилити уїдливу, саркастичну чи іронічну фразу. Наприклад:

"WADE (CONT'D)

Easy! Aren't you a little strong for a lady? I'm calling wang.

ANGEL DUST

You'd like that, huh. Welcome to our little hospital.

WADE

*It doesn't look like a hospital. **It looks like Chlamydia holding still**.*

An UNLIT MATCHSTICK protrudes from Angel Dust's teeth – her idea of a TOOTHPICK.

WADE (CONT'D)

Oral fixation?

ANGEL DUST

Shut. The fuck. Up." [62].

Герой застосовує уособлення задля насмішки над ідею того, що закинута фабрика виглядає як лікарня порівнюючи це місце з розсадником хламідій.

Такий засіб як **антономазія** також неодноразово траплялася нам під час аналізу, а саме 38 разів. Антономазія вживається у скриптах задля

висміювання певних рис характеру або поведінки героїв за допомогою культового персонажа або особи з такими самими рисами. Приміром:

“But Vanessa doesn’t wait for Wade’s chivalry. She blows right by him and grabs a fistful of Buck’s crotch.

Buck gasps.

WADE (CONT’D)

Yeah, that.

VANESSA

(to Buck)

Say the magic words, ***Fat Gandalf****.*

BUCK

I’m sorry! I have no filter between my brain and mouth. I’m working on it” [62].

Ванесса застосовує антономазію через порівняння Бака з персонажем з твору “Володар кілець” задля того, щоб висміяти зовнішність Бака і його вчинки.

Беручи до уваги результати нашого дослідження, ми можемо стверджувати, що **персоніфікація** траплялась нам також з регулярною частотністю, а саме 31 раз. Автори скриптів вдавалися до порівняння задля насмішки над персонажем або ситуацією порівнюючи його з якимось об’єктом, предметом чи індивідом. Наприклад:

“TASERFACE

It's a name what strikes fear in anyone what hears it*!*

ROCKET

(DOUBTFUL)

Really?... Okay, sure.

TASERFACE (CONT'D)

Udonta, I been waiting to do this

for a long ti -

Again they hear SNICKERING. Rocket is burying his mouth in his chest, TRYING TO STOP FROM CRACKING UP" [64].

Персоніфікація вживана героєм створює ефект комізму, адже його ім'я звучить абсурдно і Ракета дуже прямо на це натякає.

Аналізуючи наші матеріали, ми чітко помітили, що персонажі досить різко глузують один над одним, тому повторення такого засобу як **дисфемізм** було для нас очікуваним. Цей засіб зустрічався нам 20 разів. Використовувався він героями, що показати своє різке або негативне ставлення до оточуючих. Приміром:

"YOUNDU

*Hey there, **rat**.*

ROCKET

How's it going, you blue idiot?

YONDU

*Eh, not so bad. We got a pretty good gig. A golden **gal** with quite a high opinion of herself offered us a large sum to deliver you and your pals to her, so she can kill y'all" [64].*

Вживання дисфемізму обумовлено тим, що Ракета та Йонду таким чином доволі різко висміюють один одного та виражають своє уїдливе ставлення один до одного.

Черговим засобом, який застосовувався у скриптах була **гра слів**. Цей засіб вживався 24 рази. Гра слів використовувалася задля створення комічного ефекту через те що персонажі сприймали висловлювання з непрямим значенням у прямому значенні і цим самим робили ситуацію комічною. Наприклад:

"LUIS

You are, but I'm running the company, right? And if we overquote him... he's gonna go somewhere else. I mean, we gotta land this bird.

SCOTT

*He ain't goin' anywhere. And the expression is "**land this fish**."*

LUIS

No, it's "land the bird." Just like you land the plane. You gotta land the plane to be in business.

SCOTT

I know it's silly to get hung up on these kinds of things, but I do.

LUIS

***How am I gonna land a fish? It can't walk. And if it swam up on shore... and it battled a hawk, who's gonna win?**" [58].*

У вищезазначеному уривку Скот вживає ідіоматичну конструкцію, але Луї розуміє ідіому *to land the fish* у прямому значенні, тому і виникає ефект комізму.

У ході аналізу ми також виявили **зевгму**, яка повторювалась 10 разів. Приміром:

"WADE

Three shots of Patron Silver, Weez. And a cure to terminal cancer.

WEASEL

(hands over a green concoction)

Fresh out of Patron. Wheatgrass?

WADE

You're starting to sound like Vanessa..." [62].

Зевгма вживалась також задля створення комічної ситуації, адже окрім свого замовлення Вейд іронічно додає, що хотів би отримати ще ліки від раку.

Найменшу кількість використань, а саме 2 повторення має такий засіб як **антифраза**. Антифраза вживається коли персонаж хоче виразити своє очевидно негативне або уїдливе ставлення до ситуації або іншого героя через улесливі слова або за допомогою інтонації. Приміром:

"ROCKET

Come on. You saw how that high-priestess talked down to us! I'm teaching her a lesson!

QUILL

***Oh! I didn't realize your motivation was altruism. A shame the Sovereign have mistaken your intentions and are trying to kill us**.*

ROCKET

Exactly.

QUILL

I WAS BEING SARCASTIC!" [64].

Пітер викликає сміх у глядачів, адже він застосовує антифразу, тобто уїдливо хвалить Ракету, хоча насправді вважає його дії абсурдними.

Отже, ми дійшли висновку, що найчастіше вживалися такі засоби як вульгаризми, прізвиська та фразеологізми, адже значно легше викликати сміх у глядачів через уїдливу та експліцитну насмішку над героями аніж через засоби, що мають на меті імпліцитно натякнути на якісь особливості іншого героя.

2.4 Лінгвостилістичні особливості вираження комічного на синтаксичному рівні

На синтаксичному рівні лінгвостилістичні засоби комічного зустрічались не так часто. Ми знайшли 448 прикладів, які вказують на те що засоби на синтаксичному рівні можуть сприяти утворенню комічного ефекту. Порівняння кількості використаних лінгвостилістичних засобів комічного на синтаксичному рівні подано у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Кількість лінгвостилістичних засобів вираження комічного на синтаксичному рівні

№	Засіб	Кількість використань
1	Паралельні конструкції	78
2	Парцеляція	63
3	Апосіопеза	59
4	Еліптичні конструкції	51
5	Анафора	49
6	Епіфора	38
7	Послідовне повторення	36
8	Риторичні запитання	25
9	Антитеза	17
10	Номінативні речення	13
11	Вставні слова	10
12	Парантеза	6
13	Градація	3

З огляду на таблицю, перше місце займає такий лінгвостилістичний засіб як **паралельні конструкції**, які вживалися 78 разів. Паралельні конструкції вживаюся для створення комічного ефекту через синонімічні синтаксичні конструкції, які створюють певні емоції. Наприклад:

“ROCKET

What are you doing?!

QUILL

I've been flying this rig since I was ten years old.

ROCKET

I was cybernetically engineered to pilot a spacecraft*!*

Rocket FLIPS the controls back to him.

QUILL

You were cybernetically engineered to be a douchebag.

Quill FLIPS the controls back to him.

GAMORA

Stop it!" [64].

У вищезгаданому фрагменті Пітер та Ракета намагаються уїдливо дошкулити один одному, адже кожен з них є лідером і прагне керувати космічним кораблем.

На другому місці розташовується **парцеляція**, яка повторювалась регулярно, а саме 63 рази. Приміром:

"SONNY BURCH

Just meet me at the waterfront. In three hours.

ANNOUNCER

Oh, folks. We've barely left the dock... but it looks like we got some company. Look. Right there. Do you see it, folks? There it is. There's a breach. What the...?

SCOTT

Hi. Sorry. Hi. It's okay. It's okay! Sorry, I know I'm not a whale. This will just take a second. Hey! That doesn't belong to you! No, no! No, no! You're embarrassing yourself now. Come on. Let go. Thank you. I'll take this now" *[58].*

Цей засіб застосовується персонажами задля того, щоб виразити їх емоційно – психічний стан, а саме роздратування та нервозність, і тим самим додати ефект комізму.

Третім за результатами таблиці став засіб під назвою **апосіопеза** з 59 повторами. Приміром:

"EGO

I'm what they call a Celestial, sweetheart.

The Guardians STOP behind him, astounded.

QUILL

A Celestial. ***Like a... god****?*

EGO

Small `g', son. At least on the days I'm feeling humble as Drax" [64].

Апосіопеза застосовувалась Пітером навмисно, тобто він не завершив свою думку, щоб глядач зрозумів, що герой хотів висміяти іншого, але не за допомогою тексту, а через інтонацію та прихований зміст.

Черговий засіб, який застосовувався 51 раз були **еліптичні конструкції**. Приміром:

"DEADPOOL

Careful, Ronnie Milsap, we're down-range! And we decided on the Orrberg, not the Borgsjo.

BLIND AL

Shit.

WEASEL

She cool?

DEADPOOL

The coolest. *Plus, she could never pick you out of a line-up" [62].*

Еліптичні конструкції використовуються для того, щоб показати відношення персонажа до ситуації або його інтелектуальні здібності і тим самим додати емоційності та образності тексту.

Ще одним засобом, який за результатами таблиці вживався досить часто був повтор. Автори додавали різні типи цього лінгвостилістичного засобу для того, щоб посилити експресивні властивості та цим самим додати комічності тексту.

Типом з найбільшою кількістю використань стала **анафора** (49 повторів). Приклад зі скрипту:

"VANESSA

*Limited edition. **I** had to give the kid behind the counter a rub and tug. **I**'m*

*kidding. **I**'m not kidding. **I**'m kidding. It was nearly five full months of Skeeball.*

WADE

(beams)

Y'know, I've been doing some thinking...

VANESSA

Really" [62].

Ванесса вживає анафору для того, щоб полоскотати нерви Вейду тим самим створюючи комічну ситуацію.

Другим типом була епіфора з 38 використаннями.

"TASERFACE

We'll deliver you to the Kree in the morning. Neither one of you gonna last much longer after that.

Rocket crawls toward them as they walk away.

ROCKET

*Okay, **Taserface**. See you later, **Taserface**. Hey, Taserface, tell the other guys we said hi, **Taserface**!" [64].*

Вживання епіфори зумовлено тим, що Ракета прагне висміяти вибір псевдоніма іншого героя і через повторення його декілька разів йому вдається досягнути ефекту комізму.

Третім типом, що використовувався 36 разів було **послідовне повторення**. Приміром:

"TASERFACE (CONT'D)

What?! What?!

ROCKET

***I'm sorry, I'm so sorry**. I just keep imagining you waking up one morning, looking in the mirror, and, in all seriousness, saying `You know what would be a really kickass name? Taserface!'" [64].*

Герої вдаються до цього типу повтору задля того, щоб виразити свій емоційний стан тим самим викликаючи сміх у глядача.

У процесі нашого аналізу **риторичні запитання** траплялись нам 25 разів. Риторичні запитання використовувались, щоб підкреслити виразність та додати емотивності і тим самим створити цей ефект комізму. Наприклад:

"COLOSSUS

*I've given Deadpool every chance to join us. **And what is my reward?** More immaturity and criminality! When will he finally grow up and see benefits of becoming X-Man?*

NTW

*Like... **The house that blows up every few years? The fashion-forward jump-suits?** I need to get myself kicked out of XSchool.*

COLOSSUS

But I thought you were at top of class.

NTW

Was that sarcasm? Awesome" [62].

Завдяки риторичним запитанням героїня уїдливо висміює так звані переваги перебування у команді цим самим пояснюючи небажання Дедпула приєднувати до них.

Антитеза стала наступним проаналізованим нами засобом. Вона вживалась 17 разів. Антитезу використовували, щоб додати гумористичного забарвлення через протиставлення. Наприклад:

"DAVE

Well, what is it then?

SONNY BURCH

It's a little concoction that he's been perfecting since his days with the S.I.S. It makes you suggestible and highly responsive.

LUIS

Well, dude, that's truth serum.

UZMAN

No, it's not.

LUIS

You know what? You're right. This isn't truth serum. Because I don't feel anything. That was a lie. I do feel something. This is truth serum*!" [58].*

Засобом, який траплявся не досить часто були **номінативні речення** із 13 повтореннями. Цей тип речень є доцільним задля використання, якщо персонажі прагнуть додати емоційності та енергійності тексту через виділення кожного слова. Приміром:

"WEASEL

Not a bad idea! You... are... haunting. Your face is the stuff of nightmares.

WADE (nods)

Like a testicle with teeth.

WEASEL

How 'bout a super-suit? And a nickname! ***Bitter-Boy. Super-Fist. Captain NeverDie****" [62].*

За допомогою номінативних речень Весель висміює зовнішність Вейда пропонуючи йому саркастичні прізвиська задля опису себе.

Наступними за результати таблиці виявились **вставні слова**, що вживались 10 разів. Наприклад:

"AYESHA

Every citizen is born exactly as designed by the community, impeccable, ***both physically and mentally****. We control the DNA of our progeny, germinating them in birthing pods.*

QUILL

I guess I prefer making people the old-fashioned way.

AYESHA

Well... perhaps someday you could give me a history lesson in the archaic ways of our ancestors ... for academic purposes" [64].

Цей засіб використовується у скриптах для того, щоб надати іронічне звучання реченню.

Ще один засіб з невеликою кількістю повторів була **парантеза**, що зустрічалась нам 6 разів. Приміром:

"WADE

No... no way! I'm not making her life as ugly as mine!

WEASEL

C'mon, you can't look that bad! It's like that blemish no one notices but you.

WADE

Wrong. I'm a monster, ***inside and out****. I belong in a circus,* ***the kind that rolls around Eastern Europe in covered wagons****" [62].*

Парантеза вживалася задля того, щоб додати детальності до комічної ситуації.

Засобом з найменшою кількістю використань стала **градація**, яка застосовувалась тільки 3 рази. Приміром:

"DEADPOOL

Some kind of anger can't be managed. Like the kind where your year-long plan ends with the wrong guy getting dismembered! That said... when it comes time to licking wounds... there's no place like home, and I share that home with someone you met, the old blind lady from the laundromat, Al. She's like Robin to my Batman. ***Except she's old. And black. And blind.***

POPS INSIDE

DEADPOOL (V.O.)

And I think she loves me. Wait... pretty sure Robin loves Batman, too" [62].

Вживання градації зумовлено тим, що Дедпул прагнув додати детальності опису своєї сусідки і кожна наступна характеристика була більш негативна ніж попередня.

Отже, беручи до уваги результати представлені у нашій таблиці, ми можемо стверджувати, що паралельні конструкцій, парцеляція та апосіопеза були тими засобами, що створювали ефект комізму найчастіше.

2.5 Лінгвостилістичні особливості вираження комічного на прагматичному рівні

Ми постановили, що за допомогою іронії, парадоксу та сарказму виражається прагматична установка висловлювання. Під час нашого дослідження ми розглянули 313 прикладів з яких 93 були прикладами іронії, 181 приклад сарказму та 39 прикладів парадокса. Порівняння кількості використаних лінгвостилістичних засобів комічного на прагматичному рівні подано у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Кількість використаних лінгвостилістичних засобів реалізації комічного на прагматичному рівні

№	Засіб	Кількість використань
1	Сарказм	181
2	Іронія	93
3	Парадокс	39

На першому місці у таблиці постає **сарказм**, що застосовувався 181 раз. Автори скриптів вдавалися до сарказму для того, щоб уїдливо висміяти вчинки героя, його зовнішність або його поведінку та відкрито показати своє негативне та різке ставлення до іншого героя або ситуації. Наприклад:

“COLOSSUS

I’ve given Deadpool every chance to join us. And what is my reward? More immaturity and criminality! When will he finally grow up and see benefits of becoming X-Man?

NTW

Like... The house that blows up every few years? The fashion-forward jump-suits? I need to get myself kicked out of XSchool.

COLOSSUS

But I thought you were at top of class.

NTW

Was that sarcasm? Awesome” [62].

У наведеному уривку персонаж NTM саркастично осміює так звані переваги бути X-Man, а персонаж під іменем Colossus висміює роль NTW у їх організації і уїдливо вказати їй на її місце.

Друге місце займає **іронія**, що застосовувалася 93 рази. Цей засіб вживається задля вираження критичного та глузливого ставлення до предмета, зображення та ситуації. Приміром:

“DRAX

Probably because Rocket stole some of their batteries.

Quill and Gamora look at Rocket, astounded. Rocket gawks at Drax, betrayed.

ROCKET

Dude.

DRAX

Oh, right. He didn't steal one of those. I don't know why they're after us. What a mystery this is. What were you thinking?!

ROCKET

Dude, it was really easy to steal" [64].

У наведеному фрагменті Дракс іронічно висміює вчинок Ракета заперечуючи власні правдиві слова й удає, що він нічого не казав тим самим створюючи комічний ефект.

Останнє місце у нашій таблиці займає парадокс, що налічує 39 використань. Вищезазначений засіб застосовується для того, щоб завдяки алогічній відповіді на логічне запитання, тобто протиріччю створити комічний ефект. Наприклад:

"DAVE

Well, what is it then?

SONNY BURCH

It's a little concoction that he's been perfecting since his days with the S.I.S. It makes you suggestible and highly responsive.

LUIS

Well, dude, that's truth serum.

UZMAN

No, it's not.

LUIS

You know what? You're right. This isn't truth serum. Because I don't feel anything. That was a lie. I do feel something. This is truth serum*!" [58].*

У вищезгаданому фрагменті завдяки запереченню своїх власних слів Луї створює ефект комізму.

З огляду на результати нашого дослідження, ми підсумували, що найбільш вживаним засобом став сарказм, адже глядачам набагато легше сприймати різкий сарказм у прямому значенні аніж розкривати приховану іронію у переносному значенні.

Порівняння кількості використаних лінгвостилістичних засобів на різних мовних рівнях у скриптах фільмів кінокомпанії MARVEL за 2017–2019 роки представлено на рисунку 2.5.

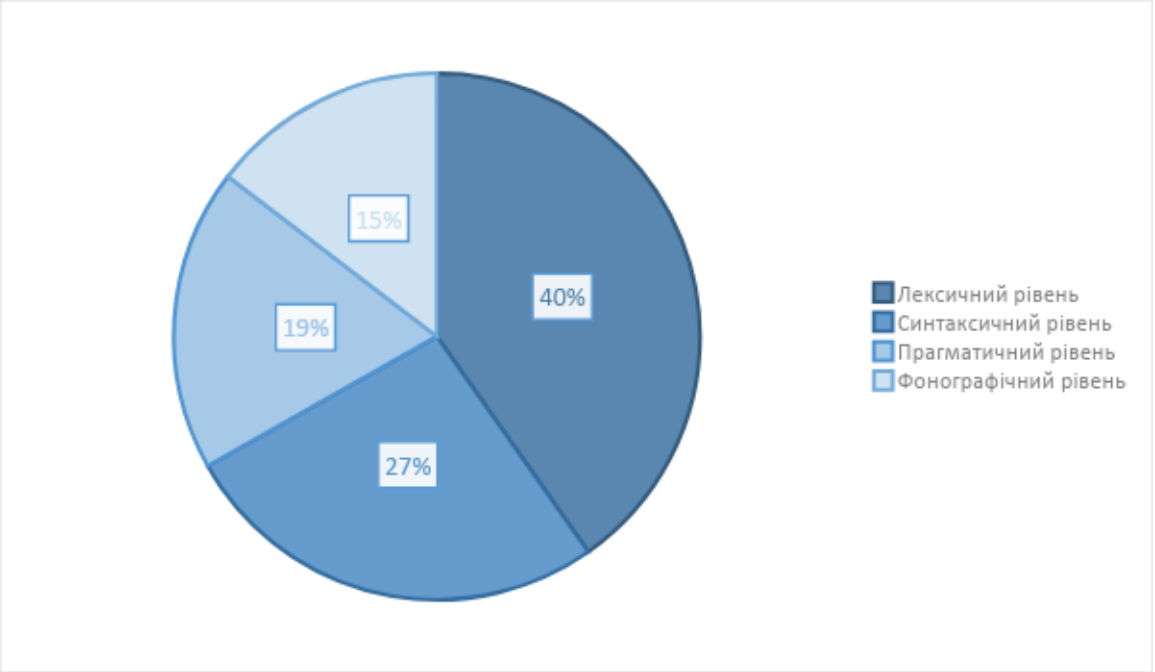

Рис. 2.5. **Кількісне порівняння використання лінгвостилістичних засобів вираження комічного на різних мовних рівнях у скриптах кінокомпанії MARVEL за 2017–2019 роки**

Отже, судячи з результатів нашого аналізу, ми підсумували, що першу позицію за кількістю вживань лінгвостилістичних засобів комічного у скриптах кінокомпанії MARVEL за 2017–2019 роки займає лексичний рівень, на другій позиції розташувався синтаксичний рівень, наступну позицію обіймає прагматичний рівень і останню позицію займає фонографічний рівень.

Висновки до розділу 2

Проаналізувавши скрипти кінокомпанії MARVEL за 2017–2019 роки, ми проаналізували функціонування лінгвостилістичних засобів творення комічного на різних мовних рівнях, а саме: на фонографічному, лексичному, синтаксичному, а також ми приділили увагу прагматичному аспекту.

Унаслідок аналізу було з'ясовано, що рівнем, який нараховує найбільшу кількість засобів, що створюють ефект комізму став лексичний рівень. На цьому рівні перше місце за кількістю використань займають вульгаризми (145 прикладів), друге місце – фразеологізми (94), третє місце – прізвисько (89). Досить часто вживались метафора (53), алюзія (50) та уособлення (46). Також були приклади таких засобів як персоніфікація (31), гра слів (24) та дисфемізм (20). Найменшу кількість застосувань налічує зевгма (10) та антифраза (2).

Наступним рівнем, що налічує значну кількість мовностилістичних засобів був синтаксичний рівень. Найбільш вживаними засобами на цьому рівні були паралельна конструкція – 78 разів, парцеляція – 63 рази, апосіопеза – 59 разів та еліптичні конструкції – 51 раз. Засоби, що нам також зустрічалися досить часто були анафора (49), епіфора (38), послідовне повторення (36) та риторичне запитання (25). Найменш вживаними засобами були антитеза – 17 одиниць, номінативне речення – 13 одиниць, вставні слова – 10 одиниць, парантеза – 6 одиниць та градація – 3 одиниці.

Рівнем, що налічував тільки 8 засобів був фонографічний рівень. Найбільша кількість застосувань прослідкується у графона (68 разів), другу позицію займає вигук (57 разів), на третій позиції розташувалась hyphenation (46). Ми також зустрічали ономатопею – 34 рази та multiplication – 20 разів. Досить рідко нам траплялись такі засоби як алітерація – 10 разів, метатеза – 8 разів та асонанс – 3 рази.

Найменшу кількість засобів, але найбільшу кількість повторень ми помітили у прагматичного рівня. Засобом із найбільшою кількістю повторень був сарказм – 181 раз, наступною була іронія – 93 рази та останнім був парадокс – 39 разів.

РОЗДІЛ 3
ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ КОМІЧНОГО У СКРИПТАХ КІНОКОМПАНІЇ MARVEL ЗА 2020 – 2022 РОКИ

3.0 Вступні зауваження

Розділ присвячено аналізу функціонування мовностилістичних засобів реалізації комічного на фонографічному, лексичному, синтаксичному та прагматичному рівні. Також проводиться порівняльний аналіз кількості використаних лінгвостилістичних засобів комічного на вищезазначених рівнях у скриптах кінокомпанії MARVEL за 2017–2019 та 2020–2022 роки.

3.1 Репрезентація комічного на фонографічному рівні

У попередньому розділі ми розглядали лінгвостилістичні засоби на фонографічному, лексичному, лінгвостилістичному та прагматичному рівнях у скриптах кінокомпанії MARVEL за 2017–2019 роки. У цьому розділі ми продовжуємо досліджувати лінгвостилістичні засоби комічного на різних мовних рівнях за 2020–2022 роки.

Матеріалами для нашої роботи було обрано 4 скрипти за 2020– 2022 роки.

Під час аналізу фонографічного рівня у скриптах ми знайшли приклади таких засобів як ономатопея, графон, вигук, hyphenation та capitalization.

У нижчезазначеній таблиці 3.1 представлене порівняння кількості використання лінгвостилістичних особливостей комічного на фонографічному рівні.

Таблиця 3.1

Кількість лінгвостилістичних засобів комічного на фонографічному рівні

№	Засоби	Кількість використань
1	Графон	98
2	Вигук	87
3	Hyphenation	43
4	Ономатопея	31
5	Метатеза	18

Зважаючи на результати представлені у таблиці, найбільша кількість використань належить **графону**, а саме 98. Наприклад:

“CLINT BARTON (CONT'D)

Good job, Hawkeye. Go get your arrow.

LAURA BARTON (O.S.)

Enough murder practice! Soup’s on!

CLINT BARTON

One sec, babe. Be right there! ***We’re gonna kill some hot dogs.*** *We’re hungry” [59].*

У вищезазначеному фрагменті застосування графону обумовлено тим, що автори хотіли показати дружні відносини між членами сім’ї та їх іронічний стиль спілкування.

Таблиця 3.1 чітко вказує нам на те, що наступним засобом став **вигук**. Ми нарахували 87 випадків повторення вигуку у матеріалах нашого дослідження. Приміром:

“DRAX

Behold. This one shows spirit. He shall make a keen ally in the battle against Ronan. Companion, what were you retrieving? You're an imbecile.

PETER

Woh, woh, woh! Yoh, Ranger Rick! *What are you doing? You can't take apart my ship without asking me! See, what is this?*

ROCKET

Don't touch that, it's a bomb.

PETER

A bomb?

ROCKET

Yep" [63].

Пітер застосовує відгук одночасно з алюзією для того, щоб показати своє невдоволення та саркастично висміяти Ракету порівнюючи його з Рейнджером Ріком, тобто з єнотом – захисником природи.

Наступним засобом у таблиці виявилась **ономатопея**, яка застосувалась 43 рази. Приміром:

"THOR

I am the God of THUNDER!!!

Thor THRUSTS his arms into the air but only a tiny bit of static electricity POPS within Thor's hands.

GRANDMASTER

Wow. I didn't hear any thunder, but out of your fingers, was that like...sparkles?" [59].

Ономатопея вживається у цьому прикладі для того, щоб висміяти зухвальство Тора, який самовпевнено кричить, що він бог блискавки, але замість славнозвісної блискавки, виходить створити тільки блискітки.

Черговим засобом у нашій таблиці стало **hyphenation**, яке вживалась 31 раз. Приміром:

"NATASHA

So this 'Time Stone' guy...what kind of doctor was he?

SMART HULK

Strange?

TONY

***Cross between ear-nose-and-throat and rabbit-from-hat**.*

SMART HULK

Had a nice place in the Village.

TONY

Yeah. Sullivan Street" [59].

У фрагменті Тоні застосовує вищезазначений засіб задля насмішки над Doctor Strange порівнюючи його з чарівником з цирку.

Наступним засобом за результати таблиці стала **метатеза**, що вживалася 18 разів. Приміром:

"LOKI

What have you done!?

Val reverses position, putting Loki up against the wall.

VALKYRIE

I don't answer to you, ***lackey****.*

LOKI

It's ***Loki****. And you will answer to the Grandmaster" [69].*

Метатеза вживається Валькірією, щоб висміяти Локі порівнюючи його з лакеєм, який виконує усі забаганки свого господаря задля власної вигоди.

Судячи з вищезазначеної таблиці, ми можемо констатувати, що як і у попередньому розділі, у проаналізованих скриптах суттєво збільшилась кількість таких засобів як вигук та графон, але зменшилась кількість повторень метатези та ономатопеї, а асонанс та алітерація взагалі не були виявлені.

3.2 Репрезентація комічного на лексичному рівні

Розглянувши фонографічні особливості, ми перейшли до дослідження лінгвостилістичних особливостей комічного на лексичному рівні скриптах кінокомпанії MARVEL за 2020–2022 роки.

У ході нашого аналізу ми натрапили на приклади таких засобів як прізвиська, вульгаризми, фразеологізми, епітети, метафори, уособлення, антономазії, персоніфікації, гри слів, антитези та антифрази.

Кількість використаних засобів виявлених у проаналізованих скриптах подано у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Кількість лінгвостилістичних засобів репрезентації комічного на лексичному рівні

№	Засіб	Кількість використань
1	Прізвисько	206
2	Вульгаризм	167
3	Алюзія	81
4	Фразеологізм	53
4	Епітет	48
5	Метафора	34
6	Уособлення	23
7	Антономазія	20
8	Гіпербола	15
9	Персоніфікація	13
10	Гра слів	10
11	Евфемізм	6
12	Дисфемізм	6

Нашу таблицю очолює такий засіб як **прізвисько**, що згадувалось 206 разів. Приміром:

“ROCKET

*Hey, **Humie**. Where's **Big Green**?*

SCOTT LANG

Um, kitchen, I think.

Scott tries a smile at Nebula. She just hits her COM:

NEBULA (INTO COM)

Rhodey, careful on re-entry. There's an idiot in the landing zone" [59].

У вищезгаданому уривку Ракета застосовує прізвиська для того, щоб саркастично звернутися до персонажа не називаючи його ім'я, а висміявши зовнішній вигляд Халка.

З огляду на результати у таблиці, ми можемо стверджувати, що наступну позицію займають **вульгаризми** (167 повторень). Наприклад:

***"**ROCKET*

His people are completely literal, metaphors are gonna go over his head.

DRAX

Nothing goes over my head. My reflexes are too fast. I would catch it.

GAMORA

*I'm gonna die surrounded by the biggest **idiots** in the galaxy. [as the prison guards surround the watchtower carrying large weapons]*

PETER

Those are some big guns" [59].

Гамора використовує вульгаризм задля того, щоб показати, що вона роздратована поведінкою своїх друзів і вона прагне виразите своє негативне ставлення через насмішку.

У ході нашого аналізу нам зустрічався також такий стилістичний засіб як **алюзія**, що вживалась 81 раз. До прикладу:

"TONY (O.S.)

*Out of the way, **Lebowski**.*

Thor shuffles aside as Tony blows past.

TONY (CONT'D)

Hey, Ratchet, you get lost in there?

ROCKET (O.S.)

It's Rocket, and shut up. You're only a genius on Earth, pal" [59].

У вищезазначеному уривку Тоні висміює Тора, що страждає через розрив з Джейн називаючи його Джофрі Лебовські, героєм фільму, що був славнозвісним неробою.

Засіб, який зустрічався нам з регулярною частотністю – це **фразеологізм** (53 повторення). Приміром:

"TONY

What are you calling it?

SCOTT LANG

A time heist.

TONY

*Oh, of course, a time heist, why didn't we think of this before? Right, because **it's a pipe dream**" [59].*

Тоні прагне саркастично висміяти план своїх друзів, який для нього звучить безглуздо і для цього він якраз використав вищезазначений фразеологізм.

Досить часто вживався також такий засіб як **епітет** (48 разів). Наприклад:

"GRANDMASTER

Yeah. I love when you come to visit 142, you bring me the best stuff. (to Topaz:) Whenever we get to talking, Topaz, about Scrapper 142...what do I always say? "She is the..." and it starts with a B.

TOPAZ

Trash.

GRANDMASTER

No, not trash. Were you waiting just to call her that? It doesn't start with a "B."

TOPAZ

***Booze hag**” [69].*

Топаз застосовує вищезазначений епітет для того, щоб виразити своє уїдливе ставлення до героїні, адже він заздрить їй, і тим самим створюючи ефект комізму.

Наступним засобом вираження комічного у нашій таблиці стала **метафора** з 34 повтореннями. Приміром:

“DRAX

Cease your yammering and relieve us from this irksome confinement.

PETER

*Yeah, **I'll have to agree with the walking thesaurus on that one**.*

DRAX

Do not ever call me a thesaurus.

PETER

It's just a metaphor, dude” [59].

Метафора використовується Пітером задля глузування над манерою розмови Дракса, адже зазвичай цей герой порушує мовну норму і застосовує нейтральну лексику.

Досить регулярно також застосовувався засіб, що тісно пов'язаний з метафорою, тобто **уособлення** (23 повторення). Приміром:

“YONDU

Well, well, well. Quite the light show. [he chuckles] Ain't this sweet. But you got some business to attend to before all the nookie-nookie starts.

GAMORA

Peter, you can't. Peter.

PETER

You gotta reconsider this, Yondu. I don't know who you're selling this to, but the only way the universe can survive is if you give it to the Nova Corps.

YONDU

I may be as pretty as an angel*, but I sure as hell ain't one. Hand it over, son.*

PETER

Yondu. [Yondu faces Peter again] Do not open that orb. You know that, right? You've seen what it does to people" [63].

У даному фрагменті Йонду застосовує уособлення задля насмішки над впевненістю Пітера, що Йонду здатний поставити свої інтереси нижче ніж чужі. Він висміює себе називаючи ангелом, хоча в реальності він синій монстр.

Виходячи з результатів таблиці 3.2, приклади **антономазії** зустрічались нам 20 разів. Наприклад:

"HULK

Smash you.

THOR

You didn't smash anything. I won that fight.

HULK

I smashed you.

THOR

Yeah, sure, sure.

HULK

Baby Arms*" [69].*

Вживання цього засобу зумовлено тим, що Халк насміхається над словами Тора , адже фізичні можливості Тора не можуть конкурувати з фізичними можливостями Халка, а Тор глузує з Халка, адже він володіє надприродними силами, яких немає у Халка.

Беручи до уваги результати нашого дослідження, ми бачимо також декілька прикладів застосування **гіперболи** (15 застосування). Приміром:

"THOR

Surtur. Son of a bitch...you're still alive! I thought my father killed you, like, ***half a million years ago****.*

SURTUR

I cannot die. Not until I fulfill my destiny and lay waste to your home" [69].

Застосування гіперболи зумовлено тим, що Тор глузує над Суртуром і хоче показати, що він настільки незначний злодій, що ніхто не пам'ятав про те що він ще живий.

Черговим засобом у нашому аналізі стала **персоніфікація** кількість використань якої становить 13 разів. Наприклад:

"PETER

What is that?

ROCKET

That's for if things get really hardcore. Or if you ***wanna blow up moons.***

GAMORA

No one's blowing up moons.

ROCKET

You just wanna ***suck the joy out of everything****" [63].*

Герой вдався до використання персоніфікації задля того, щоб іронічно натякнути на те що Гамора поводитися як нудьга.

Наступним у таблиці виявився такий засіб як **гра слів**, яка застосовувалась 10 разів. Наприклад:

"GAMORA

What do you do with it?

PETER

Do? Nothing. You listen to it. Or you can dance.

GAMORA

I'm a warrior and an assassin. I do not dance.

PETER

Really? Well, on my planet, there's a legend about people like you. It's called "Footloose." And in it, a great hero named Kevin Bacon, ***teaches an entire city full of people with sticks up their butts that dancing, well...it's the greatest thing there is.***

GAMORA

Who put the sticks up their butts*?*

PETER

What? No, that's just a...

GAMORA

That is cruel" [63].

Гра слів у вищенаведеному фрагменті виражається тим, що Пітер використовує фразу ***with sticks up their butts*** у переносному значенні, а Гамора не зрозумівши задум Пітера сприймає її у прямому значенні.

Останніми засобами у нашій таблиці були **евфемізм** та **дисфемізм** і використовувались вони лише 6 разів. Приміром:

"TOPAZ

Don't know. But the Arena's mainframe for the Obedience Disks have been deactivated and the ***slaves*** *have armed themselves.*

GRANDMASTER

Oh! I don't like that word!

TOPAZ

Mainframe?

GRANDMASTER

No. Why would I not like "mainframe?" No, the "S" word.

TOPAZ

Sorry, the ***"prisoners with jobs"*** *have armed themselves.*

GRANDMASTER

Okay, that's better" [69].

Вживання евфемізму зумовлено тим, що Топаз прагнув висміяти відразу Гройсмейстра до слова раби, замінюючи його на інше висловлювання, але суть залишається незмінною. Топаз саркастично підкреслює те, що Гросмейстра обурює слово раби, але він не припиняє їх утримувати.

Взявши до уваги таблицю 3.2, ми зробили висновок, що кількість вживань прізвиськ та вульгаризмів значно зросла у порівнянні з результатами представленими у попередньому розділі, хоча знизились повторення таких засобів як метафора та уособлення, а зевгма та антифраза не зустрічалися зовсім.

3.3 Репрезентація комічного на синтаксичному рівні

Наступним лінгвістичним рівнем, який ми досліджували у скриптах став синтаксичний рівень.

На цьому рівні ми розглянули такі засоби як паралельні конструкції, апосіопеза, еліптичні конструкції, послідовне повторення, епіфора, анафора, анадиплосис, риторичне запитання, вставні слова та антитезу.

Порівняння кількості використаних лінгвостилістичних засобів комічного на синтаксичному рівні подано у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Кількість лінгвостилістичних засобів вираження комічного на синтаксичному рівні

№	Засіб	Кількість використань
1	Паралельні конструкції	84
2	Апосіопеза	73
3	Еліптичні конструкції	46

4	Послідовне повторення	30
5	Епіфора	28
6	Анафора	26
7	Анадиплосис	19
9	Риторичне запитання	14
10	Вставні слова	7
11	Антитеза	6

Результати таблиці чітко вказують на те що першу позицію займає такий засіб як **паралельні конструкції** (84 повторення). Приміром:

“PETER

I've had a lot of folks try to kill me over the years. I ain't about to be brought down by a tree and a talking raccoon.

PRISON GUARD

Hold.

ROCKET

What's a raccoon?

PETER

***"What's a raccoon?"** It's what you are, stupid” [63].*

У вищезгаданому уривку Пітер глузує з того, що Ракета не визнає те, що біологічно він є єнотом, а вважає себе надістотою.

Взявши таблицю 3.3 до уваги, ми можемо стверджувати, що **апосіопеза** обіймає друге місце за кількістю використань (73). Наприклад:

“LOKI

Do you really think it's a good idea to go back to Earth?

THOR

Sure! They love me there.

LOKI

Let me rephrase: Do you really think it's a good idea to bring me back to Earth?

Thor smiles, getting it. Pats Loki on the shoulder.

THOR

Probably not. ***But don't worry, brother...I've got a feeling that everything's going to work out****" [69].*

Тор вживає апосіопезу задля того, щоб саркастично познущатися з Локі та підтвердити його побоювання, що після того, що він влаштував на Землі йому там не будуть раді.

Третє місце у нашій таблиці займають **еліптичні конструкції**, які повторювались 46 разів. Приміром:

"NATASHA

I'd offer to cook you dinner but you seem sad enough already.

Natasha turns to see STEVE in the doorway.

NATASHA

Come by to do your laundry?

STEVE

And see a friend.

NATASHA

Your friend's fine.

STEVE

She leave the house today?

NATASHA

Nothing out there I particularly want to see" [59].

Еліптична конструкція вживається героїнею для того, щоб показати, що вона по – доброму глузує з Стіва, тому що знає, що він прийшов, щоб упевнитись, що вона в порядку.

Черговим засобом, який ми досліджували став повтор. Ми натрапили на 4 типи повтору, а саме на анафору, епіфору, послідовне повторення та анадиплосис.

Перше місце займає **послідовне повторення**, що застосовувалось 30 разів. Приміром:

“THE COLLECTOR

Once, for a moment, a group was able to share the energy amongst themselves, but even they were quickly destroyed by it. [the orb is opened to reveal an Infinity Stone] Beautiful. Beyond compare.

ROCKET

***Blah, blah, blah**. We're all very fascinated, whitey. But we'd like to get paid” [63].*

Повтор вигуків вживається Ракетою задля вираження його уїдливо саркастичного ставлення до слів Колектора.

На другому місці розташувалась **епіфора** (28 використань). Наприклад:

“THOR

*I need a **disguise**. I'm a fugitive.*

BANNER

*I need a **disguise**.*

THOR

*You are the **disguise**” [69].*

Вживання епіфори зумовлено тим що Тор прагне висміяти зовнішній вигляд Халка.

Третє місце обіймає такий тип повтору як **анафора** (26 повторень). До прикладу:

“ROCKET

*I guess most of Nova Corps wanna uphold the laws, but these ones here, they're corrupt and cruel. But, hey, that's not my problem. **I** ain't gonna be here*

*long. **I**'ve escaped 22 prisons, this one's no different. **You**'re lucky the broad showed up, because otherwise, me and Groot would be collecting that bounty right now, and **you**'d be getting drawn and quartered by Yondu and those Ravagers.*

PETER

***I**'ve had a lot of folks try to kill me over the years. **I** ain't about to be brought down by a tree and a talking raccoon" [63].*

У вищезгаданому фрагменті Ракета та Пітер використовують анафору, щоб саркастично принизити один одного і наголосити на своїй значущості.

Наступну позицію займає **анадиплосис** із 19 використаннями. До прикладу:

"ROCKET

*Xandarians. What a bunch of losers. All of them in a big hurry to get from something stupid, to nothing at all. Pathetic. Look at this guy! Can you believe they call us criminals, when he's assaulting us with that haircut? What is this thing? **Look how it thinks it's so cool. It's not cool to get help!** Walk by yourself, you little gargoyle. Look at Mr. Smiles over here. Where's your wife, old man? What a class-A prevert. Right, Groot? Groot? Don't drink fountain water, you idiot. That's disgusting!" [63].*

Ракета застосовує анадиплосис разом з антономазією і прізвиськом, щоб поглузувати над зовнішнім виглядом та вчинками Ксандарійців.

З огляду на таблицю, ми можемо стверджувати, що приклади **відокремлення** (19) також траплялись нам під час дослідження. Приміром:

"ROCKET

*So, is it too much to ask that you brush the crumbs out of your beard, **make shmoopy talk to Prettypants**, and when she's not looking, suck out the Infinity Stone, and help me get my family back?" [63].*

Ракета застосовує відокремлення задля саркастичного висміювання почуттів Тора до Джейн і його боягузтва щодо зустрічі з нею під час опису свого плану.

Засіб, який розмістився на наступній позиції – це **риторичне запитання** (14 вживань). До прикладу:

“LOKI

How was I supposed to know? Can't see into the future. I'm not a witch.

THOR

***Then why do you dress like one**?*

LOKI

Hey” [69].

Вживання риторичного запитання зумовлено тим, що Тор прагне іронічно висміяти зовнішній вигляд Локі, який зазвичай носить плащі, тому він порівнює його з відьмою.

Наступним засобом у нашій таблиці стали **вставні слова**, що застосовувались 7 разів у ході нашого дослідження. Наприклад:

“DRAX

If it's a weapon, we should use it against Ronan.

GAMORA

*Put it down, **you fool**! You'll destroy us all.*

DRAX

*Or just you, **murderess**!*

GAMORA

*I let you live once, **princess**!*

DRAX

I am not a princess!” [63].

Герої вживали вставні слова у вищезгаданому фрагменті для того, щоб висміяти розумові або фізичні здатності один одного.

Звертаючись до нашої таблиці, ми можемо стверджувати, що у скриптах теж був наявний такий засіб як **антитеза** (6 застосувань). Приміром:

“GAMORA

That Orb is my opportunity to get away from Thanos and Ronan. If you free us, I'll lead you to the buyer directly and I'll split the profit between the three of us.

GROOT

I am Groot.

ROCKET

*Four of us. **Asleep for the danger, awake for the money**, as per frickin' usual” [63].*

Вживання антитези обумовлено тим, що Ракета іронічно зазначає, що хоча Грут здатний вимовляти тільки 2 слова, це не означає, що про нього потрібно забувати.

Дослідивши лінгвостилістичні особливості комічного на синтаксичному рівні, ми можемо стверджувати, що приклади паралельних конструкцій та апосіопези зустрічалися ще частіше ніж у попередньому розділі, а кількість вживання антитези та анафори помітно знизилась. До того ж номінативні речення та парцеляція не були помічені у проаналізованих скриптах.

3.4 Репрезентація комічного на прагматичному рівні

Останній мовний рівень, який ми аналізували у скриптах кінокомпанії MARVEL був прагматичний рівень. На цьому рівні ми досліджували приклади сарказму, іронії та парадоксу.

Порівняння кількості використаних лінгвостилістичних засобів на цьому рівні представлено в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Кількість лінгвостилістичних засобів комічного на прагматичному рівні

№	Засоби	Кількість використань
1	Сарказм	216
2	Іронія	128
3	Парадокс	56

Очолює нашу таблицю такий засіб як **сарказм**, що вживався 216 разів. Наприклад:

“NATASHA

Thanks. Carol, you’re still coming our way next month?

CAROL DANVERS (HOLO)

Not likely.

ROCKET (HOLO)

Getting another haircut?

CAROL DANVERS (HOLO)

Listen, fur-face, I’m covering a lot of territory out here. The things that have been happening on Earth have been happening everywhere else. On thousands of planets. You might not see me for a long time” [59].

У вищезазначеному фрагменті Ракета саркастично глузує над Керол Денверс цим самим показуючи своє негативне ставлення щодо її відсутності й неможливості їм допомогти.

Друге місце у нашій таблиці займає **іронія**, яка зустрічалась з регулярною частотністю (128 вживань). До прикладу:

“THOR

You must be Hela. I'm Thor, son of Odin.

HELA

Really, you don't look like him.

LOKI

Perhaps we can reach an arrangement.

HELA

You sound like him" [69].

Іронія застосовується задля того, щоб висміяти уточнення Тора про те, що він син Одіна, адже Тор надзвичайно сильно схожий на батька і це очевидно чий він син.

На третій позицій розташувався **парадокс**, що налічує 56 використань. Приміром:

"THOR

If you knew where he was, why didn't you call me?

DR. STRANGE

I have to tell you, he was adamant that he not be disturbed. Your father said he had chosen to remain in exile. (beat) And you don't have a phone.

THOR

No, I don't have a phone, but you could have sent an electronic letter. It's called an email.

STRANGE

Yeah, do you have a computer?

THOR

No. What for?*" [69].*

Автори скриптів застосовують парадокс задля того, щоб викликати сміх у глядачів завдяки абсурдності цієї ситуації, адже Тор звинувачує Доктора Стрейнджа в тому, що він не повідомив Тора про місце знаходження його батька, хоча сам не володіє ніякими засобами комунікації.

З огляду на результати представлені в таблиці, на прагматичному рівні у скриптах за 2020–2022 роки кількість прикладів значно переважає кількість застосувань іронії та парадоксу.

Порівняння кількості використаних лінгвостилістичних засобів на різних мовних рівнях у скриптах фільмів кінокомпанії MARVEL за 2020–2022 роки представлено на рисунку 3.4.

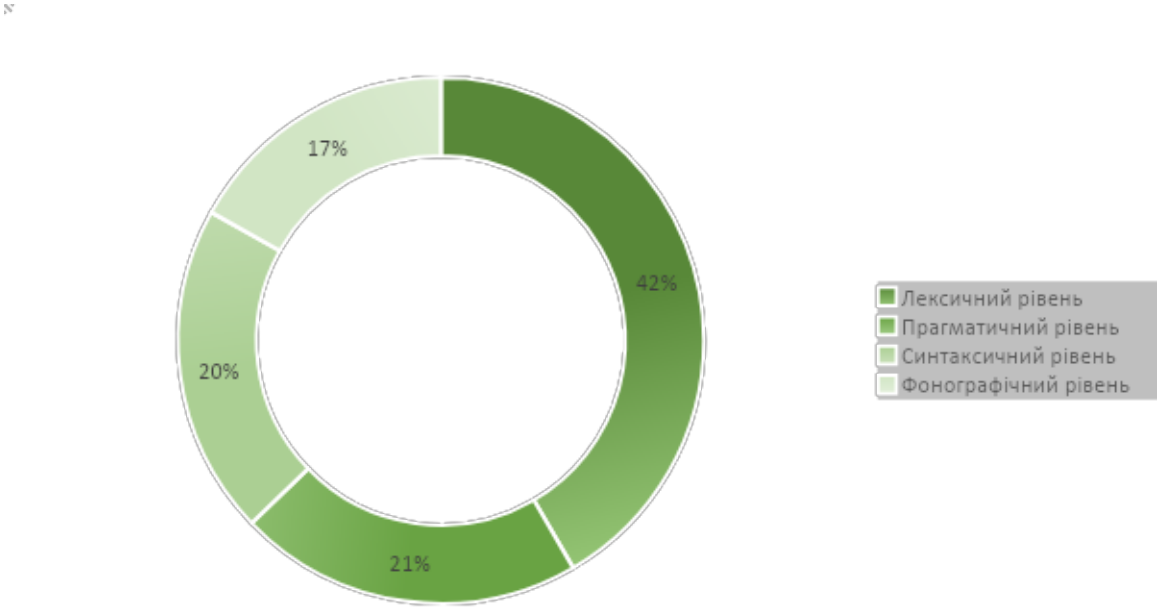

Рис. 3.4. **Кількісне порівняння використання лінгвостилістичних засобів вираження комічного на різних мовних рівнях у скриптах кінокомпанії MARVEL за 2020–2022 роки**

Отже, проаналізувавши лінгвостилістичні засоби реалізації комічного у скриптах кінокомпанії MARVEL за 2020–2022 роки, ми дійшли висновку, що на першому місці за кількістю використань прийомів комічного розташувався лексичний рівень, на другому – синтаксичний, на третьому – прагматичний, а останню позицію обіймає фонографічний рівень.

3.5 Порівняльний аналіз лінгвостилістичних засобів комічного на мовних рівнях у скриптах кінокомпанії MARVEL за 2017 – 2019 та 2020 – 2022 роки

Проаналізувавши комікси за 2017–2019 роки та 2020–2022 роки, ми дійшли висновку, що фонографічний рівень задля створення комічного ефекту застосовувався найрідше.

Порівняння кількості лінгвостилістичних засобів комічного на фонографічному рівні у проаналізованих скриптах кінокомпанії MARVEL за 2017–2019 та 2020–2022 роки подано у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Порівняння кількості використаних лінгвостилістичних засобів комічного на фонографічному рівні у скриптах кінокомпанії MARVEL за 2017–2019 та 2020–2022 роки

№	Лінгвостилістичний засіб	Скрипти за 2017–2019 роки	Скрипти за 2020–2022 роки
1	Графон	68	98
2	Вигук	57	87
3	Hyphenation	46	43
4	Ономатопея	34	31
5	Multiplication	20	0
6	Алітерація	10	0
7	Метатеза	8	18
8	Асонанс	3	0

Згідно з результатами нашого дослідження, ми можемо стверджувати, що найбільш вживаними засобами задля створення ефекту комізму у всіх скриптах були графон та вигук.

Беручи до уваги вищезазначену таблицю, ми бачимо, що автори скриптів все частіше вдаються до графічних засобів вираження комічного і

все рідше звертаються до фонетичних. Якщо у скриптах за 2017–2019 роки все ще присутні такі засоби як алітерація та асонанс, то у скриптах за 2020 –2022 років такі засоби відсутні, але кількість використань графону та вигуку збільшилась удвічі.

Ми можемо стверджувати, що автори скриптів все менш зацікавлені у збереженні художньої цінності та ритміки висловлювань. Їх ціль – це викликати сміх у глядача і найлегше досягнути цього через порушення мовної норми та вживанням вигуків.

Наступним рівнем мови засоби якого вживалися найчастіше у скриптах був лексичний рівень. Порівняння кількості лінгвостилістичних засобів комічного на лексичному рівні у проаналізованих скриптах кінокомпанії MARVEL за 2017–2019 та 2020–2022 роки подано у таблиці 3.6

Таблиця 3.6

Порівняння кількості використаних лінгвостилістичних засобів комічного на лексичному рівні у скриптах кінокомпанії MARVEL за 2017 – 2019 та 2020 – 2022 роки

№	Лінгвостилістичний засіб	Скрипти за 2017 – 2019 роки	Скрипти за 2020 – 2022 роки
1	Вульгаризм	146	167
2	Прізвисько	89	206
3	Фразеологізм	94	53
4	Алюзія	50	81
5	Метафора	53	34
7	Уособлення	46	23
8	Антономазія	38	20

9	Персоніфікація	31	13
10	Епітет	75	48
11	Гіпербола	0	15
13	Зевгма	10	0
14	Гра слів	24	10
15	Евфемізм	0	6
16	Дисфемізм	20	6
17	Антифраза	2	0

На цьому рівні превалювали вульгаризми, прізвиська та фразеологізми у скриптах за 2017–2019 роки, а у 2020–2022 третю позицію зайняла алюзія.

Як і з фонологічним рівнем, перелік лінгвостилістичних засобів зменшився, а саме ми не виявили такі засоби як оксюморон, зевгма градація та антифраза. Також кількість використань таких засобів як метафора, порівняння та уособлення є значно меншою ніж у скриптах за 2017–2019 роки, а приклади вульгаризмів та прізвиськ зустрічались все частіше.

Автори скриптів застосували той самий прийом, що і з фонографічним рівнем, тобто задля досягнення ефекту комізму вони вдалися до збільшення кількості вульгаризмів та прізвиськ, але знехтували або зменшили випадки застосування вищезазначених засобів.

Щодо синтаксичного рівня, то засоби цього рівня зустрічались нам досить часто.

Наступним рівнем мови засоби якого вживалися найчастіше у скриптах був лексичний рівень. Порівняння кількості лінгвостилістичних засобів комічного на синтаксичному рівні у проаналізованих скриптах

кінокомпанії MARVEL за 2017–2019 та 2020–2022 роки подано у таблиці 3.7

Таблиця 3.7

Порівняння кількості використаних лінгвостилістичних засобів комічного на синтаксичному рівні у скриптах кінокомпанії MARVEL за 2017–2019 та 2020–2022 роки

№	Лінгвостилістичний засіб	Скрипти за 2017 – 2019 роки	Скрипти за 2020 – 2022 роки
1	Паралельні конструкції	78	84
2	Апосіопеза	59	73
3	Парцеляція	63	0
4	Еліптична конструкція	51	46
5	Анафора	49	26
6	Анадиплосис	0	19
7	Епіфора	38	28
8	Послідовне повторення	36	30
9	Парантеза	10	7
10	Риторичне запитання	25	14
11	Антитеза	17	6
12	Номінативне речення	13	0
13	Відокремлення	6	0
14	Градація	3	0

Засобами, що налічують найбільшу кількість вживань стали паралельні конструкції та апосіопеза. Як і з попередніми двома мовними

рівнями, перелік використаних засобів та кількість застосувань певних засобів теж скоротилися.

Останній проаналізований нами мовний рівень був прагматичний рівень.

Порівняння кількості лінгвостилістичних засобів комічного на прагматичному рівні у проаналізованих скриптах кінокомпанії MARVEL за 2017–2019 та 2020–2022 роки подано у таблиці 3.5

Таблиця 3.8

Порівняння кількості використаних лінгвостилістичних засобів комічного на прагматичному рівні у скриптах кінокомпанії MARVEL за 2017–2019 та 2020–2022 роки

№	Лінгвостилістичний засіб	Скрипти за 2017–2019 роки	Скрипти за 2020–2022 роки
1	Сарказм	181	216
2	Іронія	93	75
3	Парадокс	39	56

На засоби представлені у таблиці, а саме сарказм, іронію та парадокс ми натрапляли найчастіше. Цей мовний рівень є найстабільнішим, тобто усі вищезгадані засоби систематично вживалися у скриптах як за 2017–2019 роки так за 2020–2022 роки.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі ми аналізували скрипти фільмів кінокомпанії MARVEL за 2020–2022 роки й розглядали мовностилістичні засоби, що творять ефект комізму.

На лексичному рівні було виокремлено 682 одиниць, з них прізвиськ – 206 одиниць, вульгаризмів – 167 одиниць, алюзій – 81 одиниця, фразеологізмів – 53 одиниці, епітетів – 48 одиниць, метафор – 34 одиниці, уособлень – 23 одиниці, антономазій – 20 одиниць, гіпербол – 15 одиниць, персоніфікацій – 13 одиниць, гри слів – 10 одиниць, евфемізмів – 6 одиниць та дисфемізмів – 6 одиниць.

На синтаксичному рівні було знайдено 11 засобів, а саме паралельні конструкції (84 застосувань), апосіопеза (73 застосування), еліптичні конструкції (46 застосувань), послідовне повторення (30 застосувань), епіфора (28 застосувань), анафора (26 застосувань), анадиплосис (19 застосувань), риторичне запитання (14 застосувань), вставні слова (7 застосувань) та антитеза (6 застосувань).

5 лінгвостилістичних засобів було виділено на фонографічному рівні. Найбільша кількість вживань належить графону (98 використань). Ми стикалися також з вигуком (87 використань), hyphenation (43 використання) та ономатопеєю (31 використання). Найменше прикладів було у метатези (18 використань).

На прагматичному рівні було виділено 3 засоби. Серед них сарказм (216 прикладів), іронія (128 прикладів) та парадокс (56 прикладів)

ВИСНОВКИ

Магістерська робота базується на дослідженні мовної категорії комічного та лінгвостилістичних засобів її вираження, форм комічного, їх функцій та характеристик та на дослідженні особливостей скрипту.

Скрипт – це унікальна форма художнього витвору, що об'єднує в собі характеристики драматичного твору та технічного документа. Це явище є зв'язаним та завершеним текстом, якому властиві універсальні текстові категорії, що функціонують відповідно до законів кінематографа та вважається завершеним тільки після його реалізації у фільмі.

Також у першому розділі було описано категорію комічного як соціолінгвоестетичну категорію, що є залученою у багатьох сферах життєдіяльності людини. Комічне невід'ємно зв'язане з людською діяльністю, адже виникає завдяки суспільним протиріччям. Воно базується на несумісності між засобами й метою, дією та результатом, низовинним і піднесеним.

Комічне є смішним, хоча не все смішне можна назвати комічним, адже сміх – це особистісна реакція, що виникає тільки за умови розуміння комічної ситуації або жарту, адже самого бажання сміятись є недостатньо, коли індивід не розуміє суть жарту.

На тему форм комічного ведеться безліч дискусій, адже одностайної класифікації форм комічного не існує. Традиційно лінгвісти вирізняють такі 4 форми як гумор, іронія, сарказм та сатира.

Гумор розглядається особливий вид комічного, що поєднує насмішку і співчуття, зовні комічне трактування і внутрішню причетність до того, що називається смішним. Сатира вважається формою комічного якій притаманна агресія, що націлена на висміювання соціальної політики та

інституту. Різниця між гумором і сатирою у більш м'якому ставленні до вад життєвих явищ, поведінки індивідів та у здатності викликати незлобиву посмішку і що базується на вживанні прийомів дотепності смислової гри.

Щодо іронії, то ця форма визначається як вид іносказання, що об’єднує дві оцінки, що є протилежними одна одній в одному висловлюванні. Метою іронії є приховати справжній сенс сказаного, але таким чином, щоб людина могла здогадатися про що йдеться.

Сарказму характерна надмірна критичність, безкомпромісність, різкість та агресія, тобто індивід, що вживає сарказм робить це навмисно уїдливо та різко, для того щоб показати своє справжнє ставлення до ситуації чи явища.

Гумору та іронії властива тільки незначна критичність та висміювання соціального явища, що не є небезпечним. На відміну від них, сатира та сарказм висміюють об’єкт та дають йому оцінку досить відкрито і зазвичай агресивно. Ці види різняться своїм об’єктом, тобто сатира висміює владу та політику, а сарказм застосовується, щоб глузувати з особистості або її якостей.

Для створення комічного ефекту використовуються певні засоби, які допомагають читачеві швидше розпізнати цю категорію, і навіть посилити інтенсивність реакцію неї. При цьому лінгвостилістичні засоби вираження комічного охоплюють усі виразні засоби мови на різних рівнях: фонетичному, лексичному, синтаксичному та прагматичному.

Засобами фонографічного рівня виступають: *алітерація, асонанс, ономатопея, графон, вигук, метатеза, multiplication, capitalization.*

На лексичному рівні зустрічаються такі засоби як *прізвисько, фразеологізм, алюзія, вульгаризм, метафора, уособлення, персоніфікація, гіпербола, антономазія, гра слів, дисфемізм, антифраза, зевгма, евфемізм, епітет*.

Наступним рівнем, що нараховує значну кількість засобів задля досягнення ефекту комізму є синтаксичний рівень: *паралельні конструкції, еліптичні конструкції, апосіопеза, послідовне повторення, епіфора, анафора, анадиплосис, риторичне запитання, вставні слова, антитеза, парцеляція, номінативні речення, парантеза, градація.*

Прагматичний рівень включає тільки 3 засоби: *сарказм, іронія, парадокс.*

Практична частина нашого дослідження була присвячена дослідженню лінгвостилістичних особливостей вираження комічного у скриптах кінокомпанії MARVEL за 2017–2019 та 2020–2022 роки. Матеріалами для нашого аналізу слугували 6 скриптів.

Отже, загалом було виявлено 1246 одиниць лінгвостилістичних засобів реалізації комічного, які належать до різних рівнів. Перше місце за кількістю засобів займає лексичний рівень. На лексичному рівні у скриптах за 2017–2019 роки було виокремлено 682 одиниці, а за 2020–2022 роки – 564 одиниці. У скриптах за 2017–2019 роки прізвиська застосовувались 89 разів, а у 2020–2022 – 206 разів. Вульгаризми у 2017–2019 роках вживались 145 разів, у 2020–2022 – 167 разів. Прикладів алюзій у 2017–2019 роках було 50, а у 2020–2022 роках 81. Фразеологізмів у 2017–2019 роках було виокремлено 94, а у 2020–2022 роках їх стало 53. Наступним засобом є метафора, що у 2017–2019 роках використовувалась 53 рази, а у 2020–2022 роках 34 рази. Щодо уособлення, то воно налічувало 46 застосувань, а у 2020–2022 тільки 23 застосування. Антономазія нараховувала 38 одиниць у 2017–2019 роках, а у 2020–2022 це число скоротилося до 20. Кількість використань персоніфікації теж стрімко знизилась, у 2017–2019 роках вона вживалась 31 раз, то у 2020–2022 роках 13 разів. Така ж ситуація з епітетами (2017–2019 роки – 75 одиниць, 2020–2022 роки – 48 одиниць), дисфемізмами (2017–2019 роки –

20 одиниць, 2020–2022 роки – 6 одиниць) та грою слів (2017–2019 роки – 24 одиниць, 2020–2022 роки – 10 одиниць).

Ми також виокремили засоби, які застосовувались у скриптах за 2017–2019 роки, але були взагалі відсутні у скриптах за 2020–2022 роки або навпаки. Наприклад, гіпербола у скриптах за 2020–2022 роки вживалась 15 разів, а у 2017–2019 роках взагалі не вживалась. Зевгма також у 2017–2019 роках застосовувалась 10 разів, а 2020–2022 роках 0 разів. Евфемізм у скриптах за 2020–2022 роки вживався 6 разів, а у 2017–2019 роках також не вживався. Антифраза у 2017–2019 роках застосовувалась 2 рази, а 2020–2022 роках 0 разів.

Наступний рівень, який налічує значну кількість засобів є синтаксичний рівень. На цьому рівні було виокремлено 14 засобів. Паралельні конструкції (у скриптах 2017–2019 років – 78 одиниць, у скриптах 2020–2022 років – 84 одиниць), апосіопеза (у скриптах 2017–2019 років – 59 одиниць, у скриптах 2020–2022 років – 73 одиниці), парцеляція (у скриптах 2017–2019 років – 63 одиниці, у скриптах 2020–2022 років – 0 одиниць), еліптична конструкція (у скриптах 2017–2019 років – 51 одиниця, у скриптах 2020–2022 років – 46 одиниць), анафора (у скриптах 2017–2019 років – 49 одиниць, у скриптах 2020–2022 років – 26 одиниць), анадиплосис (у скриптах 2017–2019 років – 0 одиниць, у скриптах 2020–2022 років – 19 одиниць), епіфора (у скриптах 2017–2019 років – 38 одиниць, у скриптах 2020–2022 років – 28 одиниць), послідовне повторення (у скриптах 2017–2019 років – 36 одиниць, у скриптах 2020–2022 років – 30 одиниць), парантеза (у скриптах 2017–2019 років – 10 одиниць, у скриптах 2020–2022 років – 7 одиниць), риторичне запитання (у скриптах 2017–2019 років – 25 одиниць, у скриптах 2020–2022 років – 14 одиниць), антитеза (у скриптах 2017–2019 років – 17 одиниць, у скриптах 2020–2022 років – 6 одиниць), номінативне речення (у скриптах 2017–2019 років – 13 одиниць, у скриптах 2020–2022 років – 0 одиниць),

відокремлення (у скриптах 2017–2019 років – 6 одиниць, у скриптах 2020 –2022 років – 0 одиниць) та градація (у скриптах 2017–2019 років – 3 одиниці, у скриптах 2020–2022 років – 0 одиниць)

Черговим рівнем, що налічує 8 засобів став фонографічний рівень. На цьому рівні першу позицію як і у скриптах 2017–2019 років (68 використань) так і у скриптах 2020–2022 років (98 використань) займає графон. Другу позицію обіймає вигук (57 прикладів у скриптах за 2017–2019 роки та 87 прикладів у скриптах 2020–2022 років). Третю позицію займає hyphenation (46 прикладів у скриптах за 2017–2019 роки та 43 приклади у скриптах 2020–2022 років). Наступним засобом була ономатопея (34 приклади у скриптах за 2017–2019 роки та 31 приклад у скриптах 2020–2022 років). За ономатопеєю слідує multiplication (57 прикладів у скриптах за 2017–2019 роки та 87 прикладів у скриптах 2020 –2022 років). Черговим засобом стала алітерація (10 прикладів у скриптах за 2017–2019 роки та 0 прикладів у скриптах 2020–2022 років). Передостанню позицію обіймає метатеза (8 прикладів у скриптах за 2017–2019 роки та 18 прикладів у скриптах 2020–2022 років). Останнім за кількістю використань став асонанс (3 приклади у скриптах за 2017–2019 роки та 0 прикладів у скриптах 2020–2022 років)

Останнім рівнем у нашому дослідженні став прагматичний рівень, який налічував найменшу кількість засобів, але значну кількість прикладів. За кількістю вживань очолює наш рейтинг такий засіб як сарказм, що вживався 181 раз у скриптах за 2017–2019 роки та 216 разів у скриптах за 2020–2022 роки. За сарказмом слідує іронія , що вживалася 93 рази у скриптах за 2017–2019 роки та 75 разів у скриптах за 2020–2022 роки. Останнім став парадокс, що вживався 39 разів у скриптах за 2017–2019 роки та 56 разів у скриптах за 2020–2022 роки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анучина Л.В., Бурова О.К., Уманець О.В., Шило О.В. Естетика : навч. посібник. Харків : Право, 2010. 232 с.
2. Аристотель. Поетика [пер. Б. Тена; вст. ст. і коментарі Й. Кобова]. К.: Мистецтво, 1967. 136 с.
3. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык: Учебник для вузов. Москва: Флинта, 2002. 201 с.
4. Артемова А.Ф., Леонович Е.О. Изучение комического в языке. URL: https://upload.pgu.ru/iblock/d60/p50012.pdf (дата звернення: 05.12.2022)
5. Бабенко, Л.Г. Лингвистический анализ художественного текста: теория и практика: учебник для студентов вузов, обуч. по спец. «Филология». М.: Флинта: Наука, 2006. 495 с.
6. Бабичева Ю. Киносценарий как литературный жанр («Ревизор» М. Булгакова). Вологда, 1986. с.89 – 112.
7. Бергсон А. Смех. М. : Искусство, 2002. 127 с.
8. Блинова І.А., Зернецька А.А. Гумор як різновид комічного: критерії виокремлення, теорії реалізації та засоби вираження. URL:https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/1_2021/part_2/9.pdf (дата звернення: 05.12.2022)
9. Борев Ю.Б. Комическое или о том, как смех казнит несовершенство мира, очищает и обновляет человека и утверждает радость бытия. М. : Искусство, 2000. 268 с.
10. Борев Ю. Б. Комическое или о том, как смех казнит несовершенство мира, очищает и обновляет человека и утверждает радость бытия. М. : Искусство, 1970. – 239 с.
11. Бушев, А.Б. Жанры и языковые механизмы комического. 2011. Вып. 12. –С. 217 – 234.

12. Волошина Т.Г., Лихачева В.В. Современный киносценарий как область трансформирующейся реальности от художественного текста к кинодискурсу. URL: https://core.ac.uk/download/pdf/151227701.pdf (дата звернення: 05.12.2022)
13. Вуліс А.З. В лабаратории смеха. Москва, 1966. с. 144
14. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. М: Издательство литературы на иностранных языках, 1958. 459 с.
15. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М. : Наука, 1981. 138 с.
16. Гегель Г. В. Сочинения в 14 томах. М.: Соцэгиз, 1928 – 1959. 7500 с.
17. Гомлешко Б. А. Языковые средства выражения иронии в художественных текстах Джона Голсуорси : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук : спец. 10.02.19 «Теорія мовознавства». Майкоп, 2008. – 25с.
18. Девкин В.Д. Занимательная лексикология. М.: Гуманит. Изд. Центр ВЛАДОС, 1998. 312 с.
19. Девкин В.Д. Очерки по лексикографии. М.: Прометей, 2000. 395 с.
20. Дземидок Б. О комическом. М.: Прогресс, 1974. 223 с.
21. Эйхенбаум Б. М. О литературе: работы разных лет. М., 1987.
22. Жан – Поль. Подготовительная школа эстетики. Серия «История эстетики в памятниках и документах» М. Искусство 1981г. 448с.
23. Жигота Л.В. Способы выражения комического в романе У.М. Теккерея «Ярмарка тщеславия». *Идеи. Поиски. Решения*: сборник статей и тезисов IX Междунар. науч. практ. конф. Часть 5. Минск: БГУ, 2015. С. 38–43. URL: http://elib.bsu.by/handle/123456789/148150 (дата звернення: 05.12.2022)
24. Желтухина М. Р. Комическое в политическом дискурсе: на материале немецкого и русского языков : автореферат дис. … канд. филол. наук :

10.02.20 «Сравнительно – историческое, типологическое и сопоставительное языкознание». Волгоград, 2000. 20 с.

25. Жук Е.Е. Лингвокультурная специфика вербализации комического в языке произведений О. Генри и П.Г. Вудхауза: дис. …канд. филол. наук: 10.02.19. М., 2016. 218 с.
26. Иванова Л.П. Лингвокультурологические аспекты комического (к постановке проблемы). Москва: Изд – во Индрик, 2007. 560 – 569 с.
27. Казакова Д.В. Теории вербального юмора в современной зарубежной лингвистике. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Тамбов : Грамота, 2013. № 8 (26). Ч. II. 77 – 80 с.
28. Калита О.М. Засоби іронії в малій прозі (кінець XX – початок XXI століття) : монографія. К. : Видавництво НПУ імені М.П. Драгоманова, 2013. 238 с.
29. Калита О.М. Лінгвістична сутність іронії та семантичні механізми формування іронічного смислу. *Українська мова*, 2006. № 2. С. 67–74.
30. Калита О.М. Типи комічних текстів та особливості їх стилістичного аналізу. *Лінгвостилістичні студії*, 2015. Вип. 2. 54 – 61с.
31. Кант И. Критика способности суждения [М. И. Левина]. М. : Искусство, 1994. 367 с.
32. Карасик А.В. Лингвокультурные характеристики английского юмора: дис. … канд. филолог. наук: 10.02.04. Волгоград, 2001. 196 с.
33. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс.Монография. М.: Перемена, 2002. 477 с.
34. Келарева Д.Б. Лингвистические принципы выражения комического смысла в анекдотах: автореф. дис. ... канд. филол. наук:10.02.19. Москва, 2013. 23 с.

35. Кулинич М.А. Семантика, структура и прагматика англоязычного юмора: автореф. дис. …канд. д-ра филол. наук: 24.00.04. Москва, 2000. 91 с.
36. Кухаренко В.А. Практикум з стилістики англійської мови: Підручник. Вінниця: Нова Книга, 2000. 160 с.
37. Кольцова, Л.М. Художественный текст через призму авторской пунктуации: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01. Воронеж, 2007. 377 с.
38. Крючечников Н.В. Слово в фильме. М., 1964.
39. Лактіна Н.А. Лінгвостилістичні особливості використання комічного у скриптах фільмів кінокомпанії MARVEL за 2017 – 2019 роки. URL: https://mail.google.com/mail/u/0/popout?ver=233og3h6h7x7#attid%253Datt_18341413b55200db_0.1_6a4f6f63_10fbc2e1_ce8da07c_31082f4e_79d0e373%25252F%2525D0%2525A1%2525D1%252582%2525D0%2525B0%2525D1%252582%2525D1%252582%2525D1%25258F.doc (дата звернення: 05.12.2022)
40. Лосев А.Ф. История эстетических категорий. М.: Мысль, 1965. 376 с.
41. Лук А.Н. Юмор. Остроумие. Творчество. М.: Искусство, 1977. 184 с.
42. Любимова Т.Б. Комическое, его виды и жанры. М.: Знание, 1990. 64 с.
43. Лотман Ю.М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллин: Изд-во «Ээсти Раамат», 1998. 372 с.
44. Мартьянова И.А. Текст киносценария и киносценарий текста. СПб: Наука, 2003. 207 с.
45. Островська А.О. Комічне як естетична категорія. URL: https://otherreferats.allbest.ru/ethics/00079807_0.html (дата звернення: 05.12.2022).
46. Пропп В.Я. Проблемы комизма и смеха. Санкт–Петербург, 1997. 284с.
47. Рыбакова Е.А. Лингвистические аспекты игры слов в языке современной немецкой молодежи: дис. … на соис. учен. степени канд. филол.наук: 10.02.04. Москва, 2015. 359 с.

48. Скребнев Ю.М. Основы стилистики английского языка. М.: Астрель, 2000. 218 с.

49. Слышкин Г.Г. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа). Москва: Водолей Publishers, 2004. 153 с.

50. Цикушева И.В. Лингвостилистическая специфика комического в литературной сказке: дис. … на соис. учен. степени канд. филол.наук: 10.02.19. Майкоп, 2010. 22 с.

51. Шабунина Э.В. Английский юмор как лингвокультурное явление (на материале творчества П. Г. Вудхауза). 2012. Т.1. Вып.1. 196 – 203 с.

52. Шилихина, К. М. Дискурсивная практика иронии : когнитивный, семантический и прагматический аспекты : автореф. дис. ... докт. филол. наук : 10.02.19. Воронеж, 2014. 50 с.

53. Шкловский В. Б. За 60 лет: работы о кино. М., 1985.

54. Шонь О.Б. Мовностилістичні засоби реалізації гумору, іронії і сатири в американському короткому оповіданні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04. Львів, 2003. 16 с.

55. Шумейко О.А. Мовні засоби творення комічного: індивідуально –авторські видозміни фразеологізмів. *Вісник Дніпропетровського ун-ту.Мовознавство*, 2009. № 11. Вип. 15, Т. 2. 166 –172 с.

56. Шумейко О.А. Оцінна лексика як засіб творення комічного в сучасній українській поезії. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*, 2016. Вип. 62. 363–365 с.

57. Щербина А.О. Жанри сатири та гумору: [нарис]. К.: Дніпро, 1997. 136 с.

58. Ant – Man and The Wasp. URL: https://www.scripts.com/script/ant-man_and_the_wasp_2969 (дата звернення: 05.12.2022).

59. Avengers: Endgame. URL: https://disneystudiosawards.s3.amazonaws.com/avengersendgame/Avengers_Endgame.pdf (дата звернення: 05.12.2022).
60. Blake B. Playing with words. London: Equinox, 2007. 193 p
61. Croce B. Problemi di estetica. Bari: Laterza, 1966. 517 p.
62. Deadpool. URL: https://imsdb.com/scripts/Deadpool.html (дата звернення: 05.12.2022).
63. Guardians of the Galaxy. URL: https://movies.fandom.com/wiki/Guardians_of_the_Galaxy/Transcript (дата звернення: 05.12.2022).
64. Guardians of the Galaxy Vol.2. URL: https://www.zinemotion.com.mx/Guiones%20y%20libros/GotG2.pdf (дата звернення: 05.12.2022).
65. Leech G. Principles and Applications of Corpus Linguistics / G. Leech [ed. by V. Viana, S. Zyngier and G.Barnbrook.]. Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 2011. P. 155–170.
66. Lipps T. Komik und Humor. Hamburg: Echo Library, 2006. 220 p.
67. Long D. L., Graesser, A. C. Wit and humor in discourse processing. Discourse Processes, 11(1), 1988. URL: https://doi.org/10.1080/01638538809544690 (дата звернення: 05.12.2022).
68. Pocheptsov G.G. Language and humour. Kiev : “Vysca skola” publishers, 1982. 325 p.
69. Thor: Ragnarok. URL: https://imsdb.com/scripts/Thor-Ragnarok.html (дата звернення: 05.12.2022).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ СЛОВНИКІВ

70. Советский энциклопедический словарь. М. Советская энциклопедия. 1981г. 1600 с.

71. Философский энциклопедический словарь М. : Сов.энциклопедия, 1989. 815 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

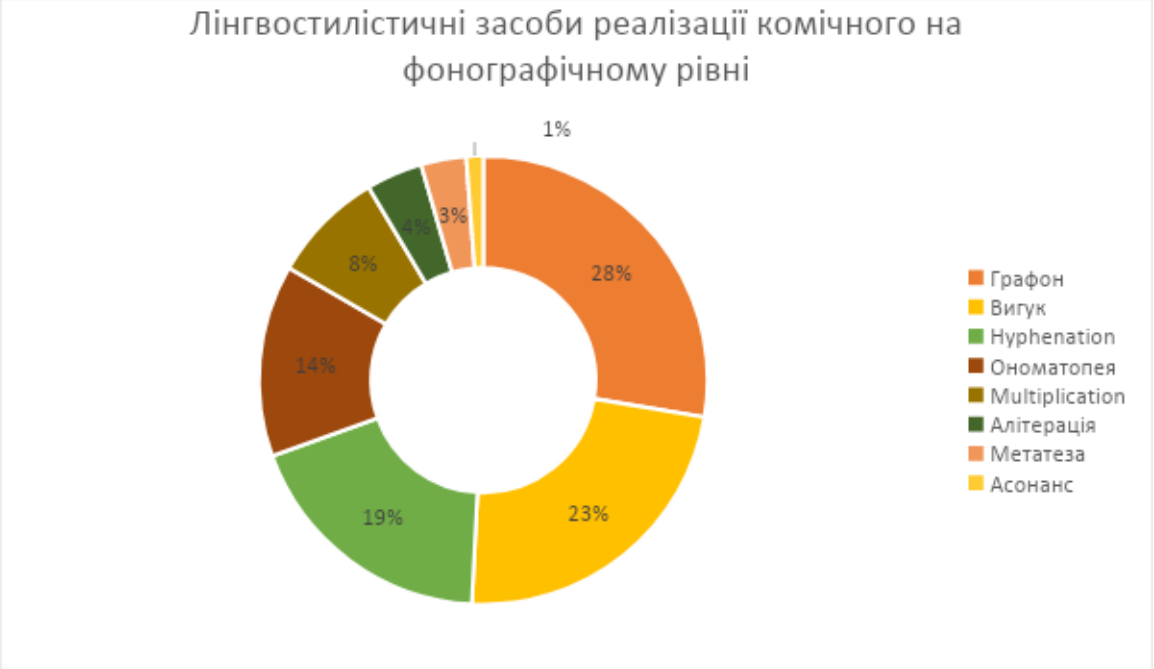

Рис. 3 **Кількісне порівняння використання лінгвостилістичних засобів вираження комічного на фонографічному рівні у скриптах кінокомпанії MARVEL за 2017 – 2019 роки**

Додаток Б

Рис. 4 **Кількісне порівняння використання лінгвостилістичних засобів вираження комічного на лексичному рівні у скриптах кінокомпанії MARVEL за 2017 – 2019 роки**

Додаток В

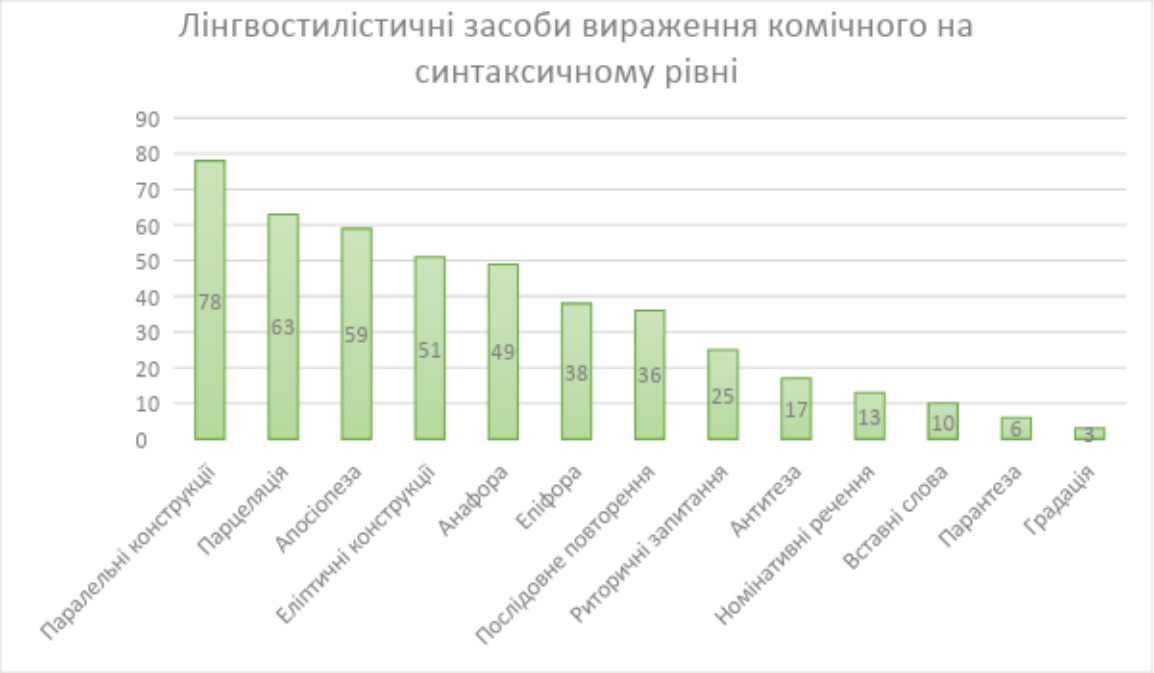

Рис. 5 **Кількісне порівняння використання лінгвостилістичних засобів вираження комічного на синтаксичному рівні у скриптах кінокомпанії MARVEL за 2017 – 2019 роки**

Додаток Г

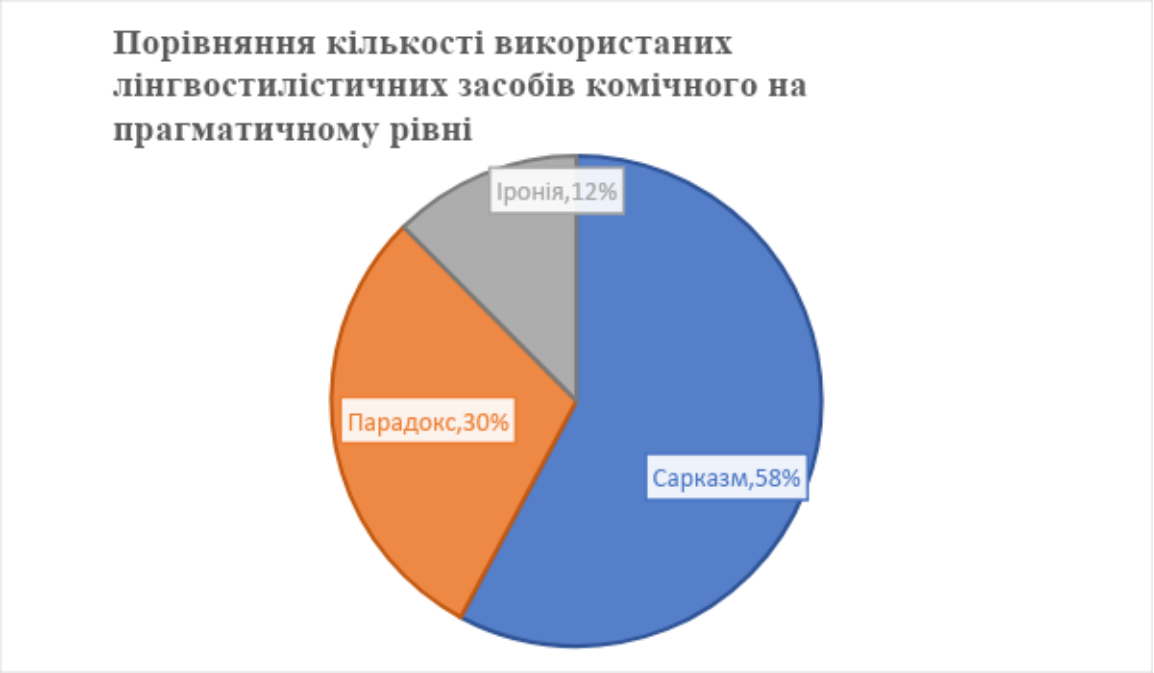

Рис. 6 **Кількісне порівняння використання лінгвостилістичних засобів вираження комічного на прагматичному рівні у скриптах кінокомпанії MARVEL за 2017 – 2019 роки**

Додаток Ґ

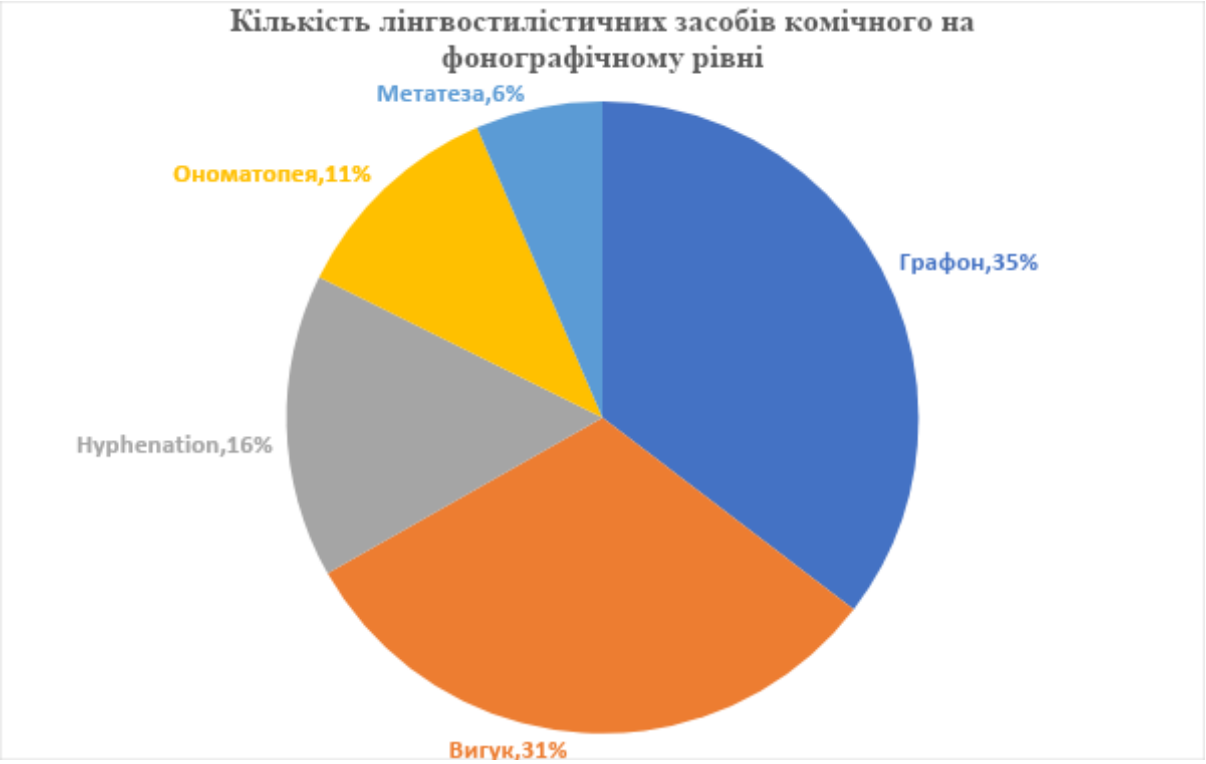

Рис. 7 **Кількісне порівняння використання лінгвостилістичних засобів вираження комічного на фонографічному рівні у скриптах кінокомпанії MARVEL за 2020 – 2022 роки**

Додаток Д

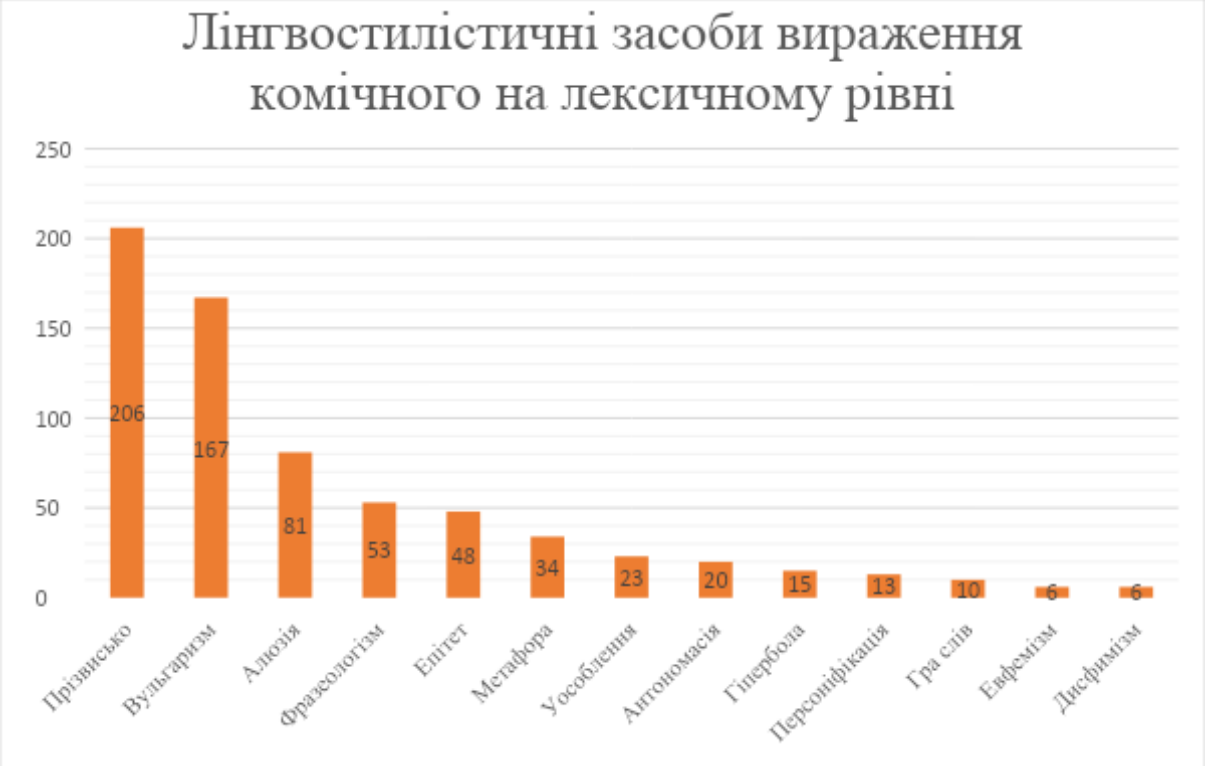

Рис. 8 **Кількісне порівняння використання лінгвостилістичних засобів вираження комічного на лексичному рівні у скриптах кінокомпанії MARVEL за 2020 – 2022 роки**

Додаток Е

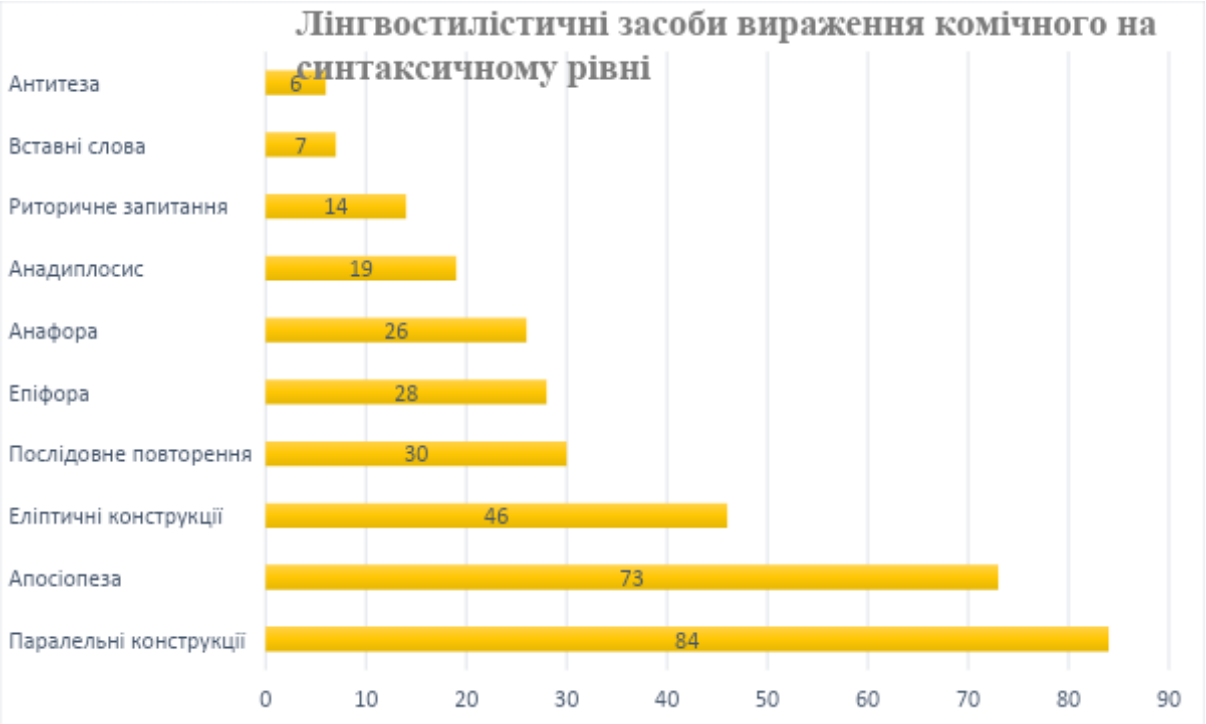

Рис. 9 **Кількісне порівняння використання лінгвостилістичних засобів вираження комічного на синтаксичному рівні у скриптах кінокомпанії MARVEL за 2020 – 2022 роки**

Додаток Є

Рис. 10 **Кількісне порівняння використання лінгвостилістичних засобів вираження комічного на прагматичному рівні у скриптах кінокомпанії MARVEL за 2020 – 2022 роки**