

ОСОБЛИВОСТІ ДОСЯГНЕННЯ КОМІЧНОГО ЕФЕКТУ В АМЕРИКАНСЬКИХ СИТКОМАХ (НА МАТЕРІАЛІ ТЕЛЕСЕРІАЛУ “SEX AND THE CITY”)

SPECIFICITY OF CREATING OF COMICAL EFFECT IN AMERICAN SITUATIONAL COMEDY (CASE STUDY OF SITCOM “SEX AND THE CITY”)

Заболотська О.В.,

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри англійської мови та методики її викладання
Херсонського державного університету*

У статті розглянуто категорію комічного з позицій лінгвістики та поетики художнього тексту; на матеріалі телесеріалу «Секс і місто» визначено особливості досягнення комічного ефекту в ситуативній комедії на всіх мовних рівнях (лексичному, синтаксичному), доведено, що найпоширенішим серед стилістичних прийомів, які вербалізують ефект комічного, виступають метафори, метонімії, епітети, антономазія, гіпербола, порівняння, гра слів. Охарактеризовано функції вживання іронії як тропу: для зображення характеру персонажів та їхніх специфічних рис, комічності життя та певних ситуацій. Виокремлено декілька лексико-семантичних груп метафор, які використовують у своєму мовленні герої телесеріалу: метафори, що пов'язані з містом, людьми, життям. Виявлено окказіоналізми, які вживають героїні для вираження їхнього саркастичного ставлення до чоловіків і всього, що з ними пов'язано. Здійснено статистичні підрахунки найпоширеніших засобів створення комічного ефекту серед фігур заміщення.

Ключові слова: категорія комічного, іронія, сарказм, метафора, окказіоналізм, телесеріал.

В статье рассмотрено категорию комического с позиций лингвистики и поэтики художественного текста; на материале телесериала «Секс и город» определены особенности достижения комического эффекта в ситуативной комедии на всех языковых уровнях (лексическом и синтаксическом), доказано, что наиболее распространенным среди приемов, которые вербализируют эффект комического, являются метафоры, метонимии, эпитеты, антономазия, гипербола, сравнение, игра слов. Охарактеризованы функции употребления иронии как тропа: для изображения характера персонажей, их специфических черт, комичности жизни и отдельных ситуаций. Выделены несколько лексико-семантических групп метафор: метафоры, связанные с городом, людьми, жизнью. Определены окказионализмы, которые употребляют героини для выражения их саркастического отношения к мужчинам и всему, что с ними связано. Совершены статистические подсчеты наиболее распространенных средств создания комического эффекта среди фигур замещения.

Ключевые слова: категория комического, ирония, сарказм, метафора, окказионализм, телесериал.

This article observes the category of comical from the position of linguistics and poetics of a literary text; on the case study of sitcom “Sex and the City” it is defined the specificity of creating of comical effect in a situational comedy on all lingual levels (lexical, syntactical). It is proved that the most widely spread stylistic devices, which verbalize the comical effect, are: metaphor, metonymy, epithet, hyperbole, antonomasia, simile and pun. It is characterized some functions of using irony as a trope: for depicting personages' characters and their specific features, for revealing comical sides of modern life and peculiar situations. Some lexical and semantic groups of metaphors are singled out in the speech of heroes of TV-show: metaphors, connected with life, and metaphors, connected with people. The occasional words, which are used by heroines of sitcom for expressing their sarcastic attitude to men and everything that deals with them are outlined in this article. The statistic results of the most frequently used means of creating comical effect among figures of substitution are given.

Key words: category of comical, irony, sarcasm, metaphor, occasionalism, sitcom.

Постановка проблеми. Категорія комічного посідає важливе місце серед інших логіко-філософських категорій і давно перебуває у полі зору філософів, літературознавців і лінгвістів, які визначають мовні параметри реалізації комічного в текстах різних типів. Нині спостерігається зростання інтересу до категорії комічного як загальнолюдського інтеркатегоріального феномена, властивого всім народам та їхнім культурам.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням комічного займалися такі вчені, як С. Аттардо, А. Бергсон, Ю.Б. Борев, Б.О. Дземіздок, А. Кестлер, А.М. Макарян, С.І. Походня, Г.Г. По-

чепцов, В.Я. Пропп, В. Раскін, Р. Ескарпі, О.Б. Шонь та інші науковці. Проте питання комічного залишаються маловивченими через неоднотайність його трактування та відсутність чіткого визначення цієї категорії. Це стосується, зокрема, таких понять, як комічне, гумор, іронія, жарт, пародія, сатира, містифікація, комічність, які часто змішують або взаємозамінують.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Комічне в художніх творах можна виявити в будь-якому елементі, починаючи від простих слів, імен і прізвиськ, виразів і зворотів, прислів'їв і приказок, афоризмів, комічних повторів, від видів метафори до літературних

цитат, епіграфів, вступних слів і пропозицій, слів, що виражають оцінку, схвалення.

Популярність американської культури зумовлює звернення саме до американських ситуативних комедій, у яких іронія та сарказм виступають засобами об'єктивації комічної тональності, потенціал якої реалізується в мікрота мегаконтексті.

Постановка завдання. Мета статті – виявити особливості досягнення комічного ефекту в американських ситкомках (на матеріалі телесеріалу “*Sex and the City*”).

Виклад основного матеріалу. Ситуативна комедія, або ситком (англ. *situational comedy / sitcom*) – це різновид комедійних радіо- і телепрограм із постійними основними персонажами та місцем дії [4]. Для телевізійних ситкомів характерний часовий формат, який становить 20–30 хвилин разом із титрами та рекламою. На американському телебаченні ситками з'явилися в листопаді 1947 року «Мері Кей і Джонні», а у 80-х роках почали переживати конкуренцію через появу «мільних опер», які часто пародіюються в ситуативних комедіях [4]. Хоча в ситкомках присутні, як правило, однакові персонажі протягом усіх сезонів, серії такого типу серіалу майже не мають зв'язку між собою. Ситкомам також характерна яскраво виражена соціальна спрямованість, присутність контрастних образів і персонажів та позакадровий сміх.

Телесеріал “*Sex and the City*” (1998–2004 роки), що знятий за сценарієм Даррена Стара та Майкла Патріка Кінга, який виступив і у ролі його режисера, містить елементи комедії та мелодрами, що вирізняє його з-поміж традиційних американських ситкомів.

У цьому телесеріалі головними героїнями є представниці жіночої статі, що обумовлює специфіку їхнього мовлення та їхнього ставлення до світу, оскільки вони переважно дають оцінку усьому навколишньому: чоловікам, подругам, модному одягу та брендам. Зазвичай, це виявляється в іронічних висловленнях або навіть саркастичних зауваженнях, що присутні у мовленні всіх чотирьох героїнь, а особливо Керрі Бредшоу, яка є основною оповідною інстанцією в серіалі.

Комічне реалізується на всіх мовних рівнях та має всі відтінки: від легкого гумору та дотепної іронії до «в'їдливої» іронії на межі із сарказмом. Це свідчить про неабиякий досвід персонажів та інтелектуальну освіченість героїнь телесеріалу “*Sex and the City*”. Вони самі виступають у ролі творців креативних і кмітливих оказіоналізмів, зокрема журналістка Керрі Бредшоу, яка через

свою професію вдається до особливо незвичних словоскладань. За допомогою таких новоутворень Керрі надає характеристику собі та своїм подругам: “*I never gonna be a girly girl. A girly girl wears make-up to the gym and makes little hearts above her 'I's*” (Season #3, Ep. 4); “*Samantha had invited us to celebrate her new downtown apartment, three new uptown clients and her general fabulousness*” (Season #3, Ep. 10); “*That evening Charlotte began her new career as a husband-hunter, Miranda returned home to flatter her stress-free love nest*” (Season #3, Ep. 7); та деяким неодруженим чоловікам: “*He was one of the city's most notoriously “un-gettable” bachelors*” (Season #1, Ep. 1); “*There are no datable men here*” (Season #3, Ep. 1).

Стенфорд Блетч, гомосексуальний друг Керрі, теж використовує оказіоналізм, щоб охарактеризувати свою гарну й талановиту подругу, формуючи порівняльний ступінь прикметника від іменника *model*: “*You are not Heidi Klum. But you are the modeliest of the real people*” (Season #4, Ep. 2).

Саманта, котра завжди впевнена у власній бездоганності та красі, підкреслює це вживанням прикметника *fabulous* та додаванням до нього іменника *elite*, що вказує на високий соціальний статус мовця та її друзів: “*I'll make a dinner for you. All you have to do is show up. Just close friends, very fabulous-lite*” (Season #4, Ep. 1).

Номінативна одиниця *gallerina*, утворена шляхом злиття іменників *gallery* та *ballerina*, використана в поданому контексті: “*Samantha was right. It seemed every aspiring “gallerina” in New York wanted Charlotte's job*” (Season #4, Ep. 7), аби показати зневажливе ставлення Керрі до молодих недосвідчених дівчат, які охоче займуть місце її талановитої подруги Шарлотти у сфері мистецтва.

Саркастичного ставлення заслуговує й сама Шарлотта, коли починає полювати на майбутнього чоловіка, поставившись до цього як до досягнення кар'єрної мети: “*That evening Charlotte began her new career as a husband-hunter, Miranda returned home to flatter her stress-free love nest*” (Season #3, Ep. 7). Іменник *husband-hunter* утворено складанням двох основ, так само як і прикметник *stress-free* на позначення безтурботного життя Міранди.

Неодноразово з екранів лунає відомий оказіоналізм містера Біга, який додає певного цинізму його образу: “*– Have you ever been in love? – Absolutely fuckin'-lutely!*” (Season #1, Ep. 1). «Вкраплення» у прислівник *absolutely* вульгаризму *fuckin'* унаочнює позицію містера Біга стосовно кохання та стосунків.

Емоційна, експресивна та оцінна насиченість кінотекстів зумовлена глядацькою аудиторією та вживанням у мовленні персонажів кінофільмів і телесеріалів стилістичних засобів різних рівнів, зокрема стилістичних тропів: метафор, метонімії, епітетів, антономазії, гіперболи, порівнянь, гри слів.

На відміну від виразних засобів, стилістичні прийоми (тропи) не є мовним явищем. Вони формуються у мовленнєвому акті та здебільшого не існують поза контекстом [2, с. 11–12]. Тропи розглядаються як поняття поетики, стилістики та риторики та означають такі звороти (образи), які базуються на вживанні слова (або сполучення слів) в переносному значенні та використовуються для посилення образності та виразності мови [3, с. 520; 1, с. 82].

Гіпербола є одною з найпоширеніших фігур кількості, за допомогою якої в телесеріалі *“Sex and the City”* створюється комічний ефект. В основі гіперболи як стилістичного прийому лежить алогічність, оскільки будь-яке перебільшення тією чи іншою мірою не відповідає реальній дійсності. У гіперболах комізм досягається за допомогою навмисного перебільшення дійсності – певної якості або інтенсивності ознаки. Отже, гіпербола базується на протиріччі, заснованому на заміщенні «реального» «вигаданим, нереальним, неіснуючим» [3, с. 152].

Такий засіб досягнення комічного ефекту неодноразово застосовується в телесеріалі *“Sex and the City”*: *“Very late that night, fueled by a massive quantity of champagne, I decided to say good-bye to Mr. Big”* (Season #1, Ep. 6); *“Seven hours later and a landslide of lattes later, I vibrated home, prepared to admit how silly I’d been”* (Season #4, Ep. 13).

У поданих прикладах гіперболізації піддається велика кількість випитих напоїв. Якщо в першому випадку Керрі після значної кількості шампанського таки наважилася на розмову з чоловіком своєї мрії, то у другому прикладі значна кількість випитого кавового напою іронічно підкреслює великий обсяг часу, що знадобився героїні аби зрозуміти власну помилку та вибачитися перед Ейданом. По-іншому Керрі сприймає час з іншим чоловіком: *“Four-hour conversations flew by a space of 15 minutes and a few days apart felt like weeks, I realize that Einstein’s Law of Relativity would have to be amended to include a special set of rules...those to explain in peculiar effects of infatuation”* (Season #1, Ep. 7). Гіпербола в цьому випадку інтенсифікує ступінь закоханості героїні, для якої час із чоловіком її мрії минає надто швидко.

Для Міранди, навпаки, стосунки не повинні забирати багато часу, тож вона намагається ство-

рити розклад свого робочого дня з урахуванням зустрічей зі Стівом. Це, безперечно, обурює чоловіка та викликає у нього відповідну реакцію у вигляді саркастичних коментарів: *“When you get, you know...a picture window or a whole doorway of time, call me”* (Season #2, Ep. 9). Номінативні одиниці *picture window* («панорамне вікно») та *doorway* («двері») використано для гіперболізації часу, необхідного чоловіку для проведення з коханою.

Неодноразово Керрі замислюється над швидкоплинністю життя та людських стосунків: *“In a city that moves so fast you get the Sunday paper on Saturday, how did any of us know how much time we had left?”* (Season #2, Ep. 5); *“Love at first sight is for Carmen Electra. It’s too fakey for New York. Here women want to see a blood test and a ATM receipt before giving you their number”* (Season #2, Ep. 7).

В обох прикладах комічний ефект виникає завдяки гіперболі. Героїня з певним сарказмом ставиться до сучасних жінок Нью-Йорка, які не дадуть номер свого телефону чоловіку, поки не дізнаються про його стан здоров’я та фінансове забезпечення. Через таке ставлення до чоловіків у світі досі залишається велика кількість самотніх жінок: *“A glamorous city like New York offers a sea of single and fabulous things for the single and fabulous to do”* (Season #2, Ep. 4); *“This is the city where gay men are so out, they are in, where women are so chronically single, ovaries may be the next vestigial organ. Are New Yorkers evolving past relationships? I felt like the dinosaur! Is my view of the relationship extinct?”* (Season #2, Ep. 11).

Деякі жінки схильні обирати лише першокласних чоловіків для стосунків: *“In the city of perfect people no one was more perfect than Brooke. She was an interior designer who only dated A-list guys”* (Season #1, Ep. 9). Гумористичний ефект виникає завдяки гіперболі, яка використовується з метою створення образу бездоганної жінки.

Гіперболізації в наступному прикладі піддається інтимне життя Саманти, яка ніколи не виступала прибічником моногамних стосунків: *“Amazingly Samantha was still with James. A monogamous relationship for a woman whose bedroom was busier than Balducci’s on a Saturday”* (Season #2, Ep. 1).

У наведеному прикладі для створення комічної ситуації знову ж таки використовується гіпербола в поєднанні з власною назвою *Balducci’s* – багатоповерховий універмаг елітних продуктів у Нью-Йорку. У такий спосіб спальня кімната героїні через свою багатолюдність порівнюється із супермаркетом у суботній вікенд. Унаслідок

цього відбувається порушення стереотипної схеми сприйняття, що призводить до виникнення комічного ефекту.

В іншому контексті знову йдеться про Саманту, якій не властиві сентименти та біль від розбитого серця: *“Imagining Samantha with a broken heart was even more confusing to Charlotte than a French kiss from a gay man”* (Season #2, Ep.11). Подібне явище спантеличило б Шарлотту набагато більше, ніж поцілунок гомосексуаліста. Таке гіперболізоване порівняння створює протилежні образи героїнь: цинічна та легковажна Саманта протиставляється сентиментальній Шарлотті.

У телесеріалі виокремлюємо декілька лексико-семантичних груп метафор:

1) метафори, які пов'язані з містом:

У першому прикладі: *“Manhattan for millions of our forefathers – the gateway to hope, opportunity and happiness beyond their wildest dreams. Today that hope is still alive. It's called the First Date”* (Season #2, Ep. 3) район Нью-Йорка, Мангетен, метафорично уподібнюється до шляху в країну сподівань, можливостей, щастя та нездійснених мрій.

В іншому прикладі місто Нью-Йорк постає в образі покинутого поля, де відбувалися воєнні дії та досі залишилися емоційні знаряддя минулих стосунків: *“After the break-up the city becomes a deserted battle-field loaded with emotional land mines. You have to be very careful where to step or you could be blown to pieces”* (Season #2, Ep. 1).

У цьому контексті місто порівнюється з майданчиком для гри дорослих чоловіків, які все життя «блукають» від спідниці до спідниці: *“ – The city is a veritable playground for men's roving eyes. – Oh, darling, you can't change that about men. It's part of their genetic code, like farting”* (Season #2, Ep. 9). Гумористичного ефекту цій метафорі додає висловлення Саманти, яка визнає цю рису чоловіків настільки ж природною частиною їхньої генетичної належності, як і виведення газів з організму.

2) метафори, які пов'язані з людьми:

У наведеному прикладі: *“All men are drug. Sometimes they bring you down, and sometimes, like now, they get you so high”* (Season #1, Ep. 4) чоловіки порівнюються з наркотиками, що по-різному впливають на організм людини, вводячи її у стан ейфорії або повністю знищуючи її.

Інший приклад стосується метафоричного порівняння жінок-моделей із тваринами дикого світу, а чоловіків, яким подобаються такі жінки, – з новим біологічним видом: *“Modelizers are a particular breed. They are a step behind womanizers.*

Modelizers are obsessed not with women, but with models who in most cities are safely confined to billboards and magazines. But in Manhattan they actually run wild on the streets turning the city into a virtual model country safari where men can pet the creatures in their natural habitat” (Season #1, Ep. 2). Таке саркастичне порівняння жінок із дикими тваринами зумовлене використанням номінативних одиниць *run wild* («вільно бігати»), *country safari* («міське сафарі»), *pet the creatures* («милюватися цими створіннями»), *natural habitat* («природне середовище перебування»).

3) метафори, які пов'язані з життям:

У першому реченні життя уподібнюється до морської стихії, яка може бути іноді спокійною, а іноді на шляху трапляються перешкоди у вигляді айсбергів, які жінки схильні самі вигадувати, аби стосунки не здавалися занадто ідеальними: *“While Samantha enjoyed the thrill of the new and Miranda's relationship happily floated on a placid sea, I was searching for hidden icebergs. We are raised to believe that true love never runs smoothly. There always have to be obstacles in Act Two, before you can live happily ever after in Act Three”* (Season #3, Ep. 7). У другому реченні Керрі вдається до порівняння життя з театральною п'єсою, що складається з декількох актів. За законами драматичного жанру, у другому акті описані життєві перешкоди на шляху до щасливого життя, але у третьому – ситуація налагоджується і на глядачів чекає щасливий кінець.

Героїня порівнює життя з каруселлю: *“I've done the merry-go-round. I've been through the revolving door. I feel like I met somebody I can stand still with a minute...Don't you wanna stand still with me?”* (Season #1, Ep. 7). У такий спосіб метафора використовується, щоб іронічно підкреслити всі негаразди, навколо яких оберталось життя Керрі, та її бажання нарешті зупинитися в пошуках чоловіка.

Життя було б набагато легшим, якби деякі спогади та помилки можна було б видалити шляхом хірургічного втручання: *“Think how much easier it would be if there was some swift surgical procedure to whisk away all the ugly memories and mistakes and leave only the fun trips and special holidays”* (Season #4, Ep. 7).

Своєрідним різновидом метафоричного перенесення є антономазія. Зокрема, у телесеріалі антономазія використовується як засіб створення комічного образу персонажа: *“Charlotte made a decision. She decided she wasn't gonna let her Mr. Fix-it get away”* (Season #2, Ep. 4). У цьому прикладі словосполучення *fix it* використано у

значенні власного імені та вказує на роль чоловіка в житті Шарлотти, який допомагав їй у побуті.

Виявом антономазії є прізвисько, яке надає Керрі новій коханій чоловіка своєї мрії: “ – *There is no way that the love Big and I had cannot be same thing he has with Natasha. – Natasha? When did you stop calling her the “Idiot Stick Figure with No Soul”?*” (Season #2, Ep. 18). Комічний ефект досягається тим, що Керрі припиняє вживання цього зневажливого імені та замінює його на справжнє ім'я Наташі. Цю зміну у ставленні не могли не помітити подруги Керрі, котрі й іронізують над нею.

Ще одного героя всі називають *Turtle* («черепаха»), що безпосередньо пов'язано з його прізвиськом *Turtle* та створює комічність його образу: “*I couldn't believe it. It was a Turtle wearing Helmut Lang*” (Season #1, Ep. 9). Використання метонімії у цьому прикладі ще більше додає комічності зображеній ситуації, адже «черепаха», що носить речі відомого дизайнера, порушує стереотипну схему сприйняття та призводить до створення комічного ефекту.

У цьому контексті метонімічний вираз *giraffes with big breasts*: “*What I wanna know is when did all the men get together and decide that they would only get it up for giraffes with big breasts*” (Season #1, Ep. 2) вживається щодо жінок-моделей. У такий спосіб підкреслюється асоціація за розмірами та зростом цих тварин і жінок модельної зовнішності, що сприяє створенню комічного портрету цих персонажів.

За допомогою асоціації між їжею або напоєм і часом їх споживання також виникають певні комічні ситуації: “*Two espressos and a tiramisu later I had learnt that Sean was the youngest of 3 brothers*” (Season #1, Ep. 3); “*Even through my Cosmopolitan haze I knew I had gone too far*” (Season #2, Ep. 12). Затьмарення розуму героїні та надмірно емоційна її реакція спричинені вживанням улюбленого коктейлю Керрі Бредшоу – «Космополітен», що викликає комічне сприйняття описаної ситуації.

Випадки вживання іронії як тропу досить поширені та використовуються з різною метою:

для зображення характеру персонажів та їхніх специфічних рис:

Зокрема, Міранда Гоббс – одна з подруг головної героїні, яка працює адвокатом і часто виступає в судах, про що свідчить її манера іноді засуджувати людей навіть поза дверима суду: “*In the case of Miranda Hobbes vs silly women everywhere, the verdict was in. Guilty as charged*” (Season #2, Ep. 1). Міранда вболіває за команду Янкіс, хоча це її захоплення зовсім не розділяють інші подруги:

“*Miranda was a fan of the Yankees. I was a fan of being able to smoke and drink at 2:00 p.m. without judgment*” (Season #2, Ep. 1). Досить насторожено Міранда ставиться до дітей, які здаються їй суцільним кошмаром: “*Everyone has a worst nightmare. For some, it's bathing-suit season. For others, it's that your birth certificate can never be legally destroyed. For Miranda, it was family hour at her gym. On Sundays, her neighborhood became occupied territory under siege to children*” (Season #2, Ep. 15). Іронічним постає той факт, що саме Міранда висуває думку про те, що ідеального чоловіка можна тільки народити самій: “*So all I have to do to meet an ideal man is give birth to him*” (Season #1, Ep. 10). Іронічне ставлення до коханого чоловіка як до комфортного автомобіля теж характеризує Міранду: “ – *Steve is so completely predictable, but that's what I like about him. He is so comfortable and safe. – Are you dating a man or a mini-van?*” (Season #3, Ep. 7).

Так само іронічно Керрі говорить і про себе та свою професію: “*I was adept at fashion, he was adept at politics. Really, what's the difference? They are both about recycling sharp ideas and making them seem fresh and inspiring*” (Season #3, Ep. 2); “*It's so great to be a writer these days, there's so little writing involved*” (Season #2, Ep. 15); “*Don't be photographed in anything sleeveless. No one who went sleeveless ever won a Pulitzer*” (Season #2, Ep. 15); “*To be honest, I wasn't sure what I believed. But my cynical side suspected optimism would sell more books*” (Season #5, Ep.2); “*I'm in a financial cul-de-sac. But I'm gonna take the bus. I just hope I am not on it*” (Season #4, Ep. 16); “*I realized I was in an existential crisis – one that not even the sight of this season's Dolce & Gabbana strappy sandals could lift me out of*” (Season #3, Ep. 7); “*I swear to God if they'd been holding tomatoes instead of Louis Vuitton clutches, I'd be a dead woman*” (Season #3, Ep. 16); “*Ancient men left cave drawings to prove they existed. I left a Hair pro 1200*” (Season #2, Ep. 11).

В іронічному руслі Керрі, авторка колонки про жінок та їхні стосунки з чоловіками, зображає всіх представниць жіночої статі: “*Men may have discovered fire. But women discovered how to play with it*” (Season #2, Ep. 11); “*We keep dresses we'll never wear again but through away our ex-boyfriends*” (Season #2, Ep. 18); “*Don't let Enid get to you. She just came back from Paris and apparently humor and irony are out this season*” (Season #4, Ep. 17).

– для зображення комічності життя та ситуацій, що трапляються на його шляху: “*Brokers*

give investment advice, architects give design advice and single people give married friends tidbits from their sexual escapades” (Season #1, Ep. 3); *“My Zen teacher also said the only way to true happiness is to live in the moment and not worry about the future. Of course, he died penniless and single”* (Season #1, Ep. 9); *“After all computers crash, people die, relationships fall apart. The best we can do is breathe and reboot”* (Season #4, Ep. 8); *“They say life is what happens when you are busy making plans, but sometimes in New York life is what happens when you are waiting for a table”* (Season #4, Ep. 11); *“Even if our every man, every kiss, every heartache is pre-ordered from some cosmic catalog, can we still take*

a wrong step and wander off our own personal Milky way?” (Season #4, Ep. 18). У наведених прикладах комічний ефект досягається за допомогою двоїстого смислу: видимого та прихованого, що є невід’ємною рисою стилістичного тропу іронії.

Висновки. Отже, шляхом кількісного аналізу встановлено, що серед фігур заміщення найпоширенішими засобами створення комічного ефекту в телесеріалі “Sex and the City” виступають іронія (19,2 %), гіпербола (10,5 %), метафора (9,5 %), метонімія (3 %) та антономазія (3 %). Перспективним видається подальше дослідження засобів створення комічного ефекту в англомовних телесеріалах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка (стилистика декодирования). Москва: «Флинта-Наука», 2009. 384 с.
2. Єфімов Л.П., Ясінецька О.А. Стилiстика англiйської мови i дискурсивний аналіз: учбово-методичний посiбник. Вінниця: «Нова книга», 2004. 240 с.
3. Лингвистический энциклопедический словарь / Упоряд. В.Н. Ярцева. Москва: «Советская энциклопедия», 1990. 685 с.
4. Оксюморон. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Оксюморон>.
5. Ситуативная комедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Ситуативная_комедия.
6. Мороховский А.Н., Воробьева О.П., Лихошерст Н.И., Тимошенко З.В. Стилистика английского языка. Київ: «Вища школа», 1991. 272 с.
7. Sex and the City. URL: <https://watch-series.co/series/sex-and-the-city>.