

Міністерство освіти і науки України
Національний університет "Острозька академія"
Навчально-науковий інститут лінгвістики
Кафедра англійської філології

Кваліфікаційна робота

на здобуття освітнього ступеня магістра
на тему:

**Психолінгвістичні механізми емоцій (на прикладі американської
кінокомедії “Friends”)**

Виконала: студентка II курсу, групи ЗМА-2
спеціальності: 035 Філологія
спеціалізації: 035.041 Германські мови та літератури
(переклад включно), перша – англійська
Пришко Марія Володимирівна

Керівник: кандидат психологічних наук,
доцент Ковальчук Інна В’ячеславівна

Рецензент _____

Роботу розглянуто і допущено до захисту
на засіданні кафедри англійської філології
протокол № ____ від “__” _____ 2025 р.
Зав.кафедри _____ Анатолій ХУДОЛІЙ

Острог – 2025 рік

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕМОЦІЙ У ПСИХОЛІНГВІСТИЦІ.....	7
1.1. Емоції як об’єкт психолінгвістичного дослідження.....	7
1.2. Мовна репрезентація емоцій у вербальній комунікації.....	17
РОЗДІЛ 2 ЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЕМОЦІЙНОГО КОМІЧНОГО МОВЛЕННЯ У СЕРІАЛІ “FRIENDS”	26
2.1. Емоційно забарвлена лексика і стилістичні засоби гумору	26
2.2. Емоційна взаємодія персонажів у комічному контексті.....	34
РОЗДІЛ 3 ПСИХОЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ СПРИЙНЯТТЯ ЕМОЦІЙ СЕРІАЛУ ГЛЯДАЧЕМ	42
3.1. Механізми декодування емоцій у медіатексті.....	42
3.2. Ефект емпатії та вплив гумору на емоційне сприйняття	59
ВИСНОВКИ	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	78

ВСТУП

Мову сьогодні розглядають ширше, ніж набір правил і засіб передавання фактів. Вона живе у думках, у пам'яті, у коротких спалахах емоцій, які важко передати, але неможливо приховати. Іноді одне слово вміщає більше, ніж цілий абзац: відтінок настрою, нота вагання, спроба підібратися ближче до співрозмовника. Саме в цих дрібних коливаннях і проявляється її справжня природа. Емоції не супроводжують мовлення – вони пронизують його від початку до кінця, керують інтонацією, роблять фразу гострішою або м'якшою, часом навіть змінюють зміст. Через це дослідники дедалі уважніше придивляються до того, як мова створює емоційний досвід: не описує його, а буквально формує спосіб, у який людина відчуває і реагує на світ. [60, с. 47].

Актуальність цього дослідження пов'язана з дуже простою, але суттєвою потребою: зрозуміти, як люди насправді передають і зчитують емоції у звичайній розмові. Бо емоція рідко живе лише у словах. Вона з'являється в тому, як сказано, у виборі неочевидних формулювань, у ледь помітній паузі перед реплікою чи в усмішці, яку співрозмовник уже побачив, хоча сам жарт ще не прозвучав. Інколи емоція навіть «просочується» між словами – і це теж частина комунікації, хоч ми не завжди це усвідомлюємо.

Комедійний формат дає можливість роздивитися такі речі зблизька. У ситкомках емоційне життя героїв ніби винесене назовні, але подане легко, швидко, невимушено. Його видно буквально в кожному жесті. Саме тому *Friends* (1994–2004) виявляється надзвичайно зручним матеріалом для спостереження. Персонажі говорять так, як говорять у реальних розмовах: перебивають одне одного, реагують, не встигаючи обдумати, імпровізують, губляться, закривають вразливість жартом або, навпаки, раптово дозволяють собі чесність у формі смішної репліки.

У серіалі є безліч моментів, у яких емоція ще не названа, але її вже видно. В тоні. У швидшому, ніж зазвичай, темпі мовлення. У мікрозміні виразу обличчя, що «здає» внутрішній стан раніше за слова. І тому матеріал такого типу дає змогу

відстежити сам механізм оживлення емоцій у мовленні – побачити, як слухач (чи глядач) зчитує натяк інтуїтивно, без перекладу.

Разом із тим такі сцени допомагають зрозуміти, що в емоційній комунікації є універсальним, а що – культурно зумовленим, пов'язаним, наприклад, із американською традицією гумору, яку *Friends* передає дуже точно. Тому аналіз ситкому – це не просто розбір комічних ситуацій. Це спосіб зазирнути в психолінгвістичні процеси, що роблять наше спілкування живим: у миттєві реакції, у непередбачувані паузи, у дрібні сигнали, які ми легко читаємо, навіть не усвідомлюючи, як саме це робимо.

Проблема емоцій у мовленні є однією з ключових у сучасних лінгвістичних дослідженнях. Ще Ш. Баллі [24] наголошував, що будь-яке висловлювання має емоційний компонент, який формує ставлення мовця до змісту висловленого. Р. Якобсон [45] і К. Бюлер [32] виділили емоційну функцію мови як базову комунікативну категорію. У психології та когнітивній науці питання природи емоцій розробляли Л. Барретт [26], П. Екман [39], які досліджували універсальні емоційні патерни та механізми їх пізнання. Лінгвістичні аспекти емоцій розкрито у працях А. Вежицької [60], яка розробила концепцію культурної семантики емоцій, та В. Павленко [54], яка аналізувала зв'язок між мовою, багатомовністю та емоційним досвідом.

В українському мовознавстві проблема емоційної мови також викликає значний інтерес. Л. Калмикова [4] розглядає емоції як когнітивно-комунікативну категорію, що проявляється на різних рівнях мовної системи; Н. Цинтар [17] аналізує емоційно-оцінну лексику як засіб експресивності; Т. Крисанова [6] вивчає когнітивні моделі вербалізації емоцій; В. Охріменко [14] наголошує на культурній обумовленості емоційного висловлення.

Попри наявність численних досліджень, комічний дискурс залишається недостатньо розкритим у межах психолінгвістики – особливо щодо того, як саме глядач інтерпретує емоції персонажів і якими механізмами керується процес емпатійного сприйняття.

Отже, актуальність роботи визначається кількома чинниками:

- зростанням наукового інтересу до емоцій як універсальної категорії комунікації;
- потребою у міждисциплінарному підході до вивчення емоцій – на стику лінгвістики, психології та когнітивістики;
- відсутністю комплексного аналізу психолінгвістичних механізмів емоцій у комедійному дискурсі, зокрема на матеріалі англomовного ситкому “Friends”;
- практичною цінністю результатів для викладання англійської мови, перекладознавства та міжкультурної комунікації.

Мета дослідження – виявити психолінгвістичні механізми репрезентації та сприйняття емоцій у комедійному серіалі “Friends”.

Завдання дослідження:

1. Вивчити основні теоретичні підходи до аналізу емоцій у психолінгвістиці.
2. Описати способи мовної репрезентації емоцій у вербальній комунікації.
3. Проаналізувати емоційно забарвлену лексику та стилістичні засоби гумору у серіалі “Friends”.
4. Визначити психолінгвістичні механізми сприйняття емоцій глядачем.

Об’єкт дослідження – емоції як елемент комунікативного процесу.

Предмет дослідження – психолінгвістичні механізми репрезентації та сприйняття емоцій у комедійному мовленні серіалу “Friends”.

Методи дослідження. У процесі написання роботи використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів, що забезпечили системність та об’єктивність аналізу досліджуваного матеріалу. Основним став метод теоретичного аналізу, за допомогою якого було опрацьовано наукові джерела, визначено ступінь розробленості проблеми у сучасній філологічній науці та уточнено поняттєво-категоріальний апарат дослідження. Використання описового методу дало змогу систематизувати способи вербалізації емоцій, простежити закономірності їх реалізації у комедійному мовленні та виокремити основні мовні засоби, що беруть участь у створенні емоційного ефекту.

Контекстуально-інтерпретаційний метод застосовано для поглибленого аналізу функціонування емоційно насичених елементів у серіалі “Friends”, що дозволило визначити семантичні та прагматичні особливості їх уживання у конкретних ситуаціях спілкування. Важливе місце посів психолінгвістичний аналіз, який дав змогу з’ясувати механізми сприйняття комічних емоцій глядачем, дослідити роль когнітивних і емоційних процесів у розумінні гумору.

Наукова новизна дослідження полягає у здійсненні комплексного аналізу емоцій у комедійному дискурсі на матеріалі серіалу “Friends”. Робота поєднує когнітивно-лінгвістичний, комунікативний та психолінгвістичний рівні опису, уперше систематизує засоби емоційного вираження у мовленні персонажів і визначає специфіку їх сприйняття глядачем.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості використання їх у навчальних курсах з психолінгвістики, когнітивної лінгвістики, стилістики, перекладознавства, а також у практиці викладання англійської мови за автентичними матеріалами.

Апробація роботи. Робота пройшла апробацію на VI Всеукраїнській науково-практичній конференції “Сучасні тенденції розвитку лінгвістики та лінгводидактики”, яка відбулася 30 квітня 2025 року в онлайн форматі. Захід був проведений Національним університетом водного господарства та природокористування у місті Рівне.

Структура роботи. Дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Список використаних джерел налічує 64 найменувань. Загальний обсяг тексту становить 84 сторінки, з них основного – 75 сторінки.

У першому розділі розглядаються: теоретичні засади дослідження емоцій у психолінгвістиці; у другому – здійснюється лінгвістичний аналіз емоційного комічного мовлення у серіалі “Friends”; у третьому – визначаються психолінгвістичні механізми сприйняття емоцій глядачем. У висновках підводяться підсумки дослідження. У списку використаних джерел перелік усіх джерел, які були використані при написанні роботи.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕМОЦІЙ У ПСИХОЛІНГВІСТИЦІ

1.1. Емоції як об'єкт психолінгвістичного дослідження

Проблематика емоцій як складової мовленнєвої діяльності віддавна привертає увагу гуманітаристики. Сьогодні вони розглядаються не лише як психологічне утворення, а й як одна з основних категорій сучасної лінгвістики та психолінгвістики. Емоції створюють емоційне тло спілкування, впливають на способи інтерпретації висловлювань і визначають характер взаємодії між учасниками комунікації. Л. Калмикова підкреслює, що мовлення нерозривно пов'язане з усіма сферами свідомості, зокрема з емоційною, тому вивчення почуттів є необхідним для розуміння процесів породження й сприйняття мовлення [4, с. 14].

У психолінгвістиці емоції трактуються як комплексне явище, що поєднує психологічні, когнітивні та комунікативні параметри. Мова ніколи не буває абсолютно нейтральною: навіть повідомлення, яке спрямоване на передавання фактів, містить емоційний відтінок. При цьому способи вербалізації почуттів мають водночас універсальні риси та культурно зумовлену специфіку [17, с. 70]. Т. Крисанова вважає, що емоції становлять центр комунікативного процесу, оскільки вони задають динаміку спілкування і впливають на вибір стратегій дискурсу [5, с. 178].

Проблема визначення емоцій залишається складною. У психології їх розглядають як особливий тип психічних процесів, що відображають значущість ситуацій для людини та супроводжуються переживаннями задоволення чи незадоволення [18, с. 181]. У психолінгвістиці наголошується, що емоції не лише виражають ставлення мовця до дійсності, а й відбиваються в мовленнєвій структурі: у доборі лексики, у мелодиці й ритмі висловлювань, у характері інтонаційних малюнків [14, с. 1090].

Т. Крисанова зауважує, що емоції є складовою дискурсу: вони визначають його смисл і дають можливість оцінювати ситуації як сприятливі або несприятливі [5, с. 176]. У такому контексті емоції можна розглядати як когнітивно-комунікативну категорію, яка поєднує індивідуальний досвід мовця з культурними моделями спільноти. А. Шаповал наголошує, що емоції виконують функцію саморегуляції: вони впливають на добір мовних одиниць, визначають прагматичний ефект висловлювань і формують індивідуальний стиль комунікації [18, с. 183]. Цю позицію поділяє Н. Цинтар, яка зазначає, що без обміну емоціями комунікація втрачає природність, оскільки суб'єктивність є її невід'ємною ознакою [17, с. 71].

Особливого значення набуває питання співвідношення універсального і культурно специфічного. В. Охріменко разом із колегами доводить, що хоча емоції мають спільні психолінгвістичні механізми (поділ на позитивні, негативні та нейтральні), їхня мовна реалізація істотно різниться залежно від культурних традицій, особливо у фразеології та художніх текстах [14, с. 1091]. Це засвідчує, що емоції є універсальними психічними станами, але способи їхнього вираження у мові завжди зумовлені культурою.

Історія осмислення емоцій у мовознавстві має складний і тривалий характер. Уже в XIX столітті серед учених точилися гострі суперечки про місце емоцій у мовленнєвій діяльності. Значна частина дослідників надавала перевагу раціоналістичному підходу: мову трактували насамперед як інструмент мислення, тоді як афективний компонент вважали несуттєвим або навіть зайвим у науковому аналізі. Проте поруч із цим існувала інша лінія розвитку, де увага акцентувалася саме на провідній ролі почуттів у структурі мовлення [13, с. 132].

Вагомий внесок у становлення цієї традиції зробив Ш. Баллі. Він переконливо доводив, що мова не зводиться лише до інформування, адже завжди виконує емоційну функцію [13, с. 133]. Його позиція започаткувала окрему наукову парадигму, яка упродовж XX століття розвивалася і поступово утверджувала право емоцій на повноцінне вивчення. Така концепція відкрила

можливість розглядати мовлення як цілісне явище, у якому когнітивні й емоційні складники взаємодіють та доповнюють одне одного.

Водночас не бракувало й протилежних підходів. Е. Сепір та К. Бюлер розглядали емоційність як явище периферійне, що не має вирішального впливу на мовні структури [13, с. 134]. Подібні раціоналістичні позиції тривалий час домінували у науковому дискурсі, фактично відсуваючи проблематику емоцій на другий план. Це гальмувало становлення самостійного напрямку досліджень, орієнтованого на вивчення почуттів у мовленні.

Зрушення відбулося лише у другій половині XX століття. Дж. Ейтісон зауважує, що навіть у 1970-х роках більшість мовознавців намагалася уникати теми емоцій, вважаючи її надто суб'єктивною й складною для наукового опису [13, с. 175]. Проте поступово у гуманітарних науках почала формуватися нова парадигма, де в центрі уваги опинилася людина як мовна особистість із власним емоційним досвідом. Це дало поштовх розвитку так званої «лінгвістики емоцій», орієнтованої на вивчення вербалізації почуттів та механізмів їхнього мовного вираження [13, с. 178].

Важливою віхою стало звернення Ф. Данеша на Міжнародному конгресі лінгвістів 1987 року. У своєму виступі він наголосив на нерозривному зв'язку когнітивних та емоційних процесів, що фактично легітимізувало вивчення емоцій у лінгвістиці як окремий і повноправний напрям [13, с. 249]. Відтоді почуття перестали вважати допоміжним чинником, їх стали розглядати як рівноправний об'єкт міждисциплінарних студій.

Емоції як складний феномен людської психіки перебувають на перехресті багатьох наукових напрямів. У гуманітарній традиції вже давно утвердилося розуміння, що жодна окрема дисципліна не здатна пояснити їх у повному обсязі. На думку П. Клобукова, емоції водночас належать до сфери психології, психіатрії, антропології, філософії та лінгвістики, а кожна з цих галузей змушена апелювати до результатів інших [13, с. 99]. Це зумовлено багатовимірною природою емоцій: вони поєднують у собі фізіологічні реакції, когнітивні операції, культурні уявлення й комунікативні прояви.

У психолінгвістиці міждисциплінарність проявляється особливо виразно. Л. Калмикова наголошує, що мовлення як психологічне явище неможливо описати, ізолюючи його від здобутків психології, нейрофізіології, соціології чи педагогіки [4, с. 18]. Саме тому емоції у психолінгвістичних студіях розглядаються як місток між тілесним і культурним вимірами, між нейрофізіологічними процесами й індивідуальним досвідом, між особистим переживанням і його вербальною репрезентацією. Такий підхід передбачає необхідність інтеграції методів різних наук, адже без комплексного аналізу неможливо пояснити, як внутрішній стан трансформується у мовний сигнал.

А. Шаповал звертає увагу на те, що аналіз емоцій лише в межах лінгвістики є неповним, оскільки вони проявляються не тільки у слові чи граматичній формі, але й у позамовних параметрах – тембрі голосу, інтонаційних малюнках, паузуванні, міміці [18, с. 182]. Це означає, що для адекватного опису мовних засобів вираження емоцій дослідник змушений урахувати також дані фонетики, психофізіології та невербальної комунікації. У такий спосіб емоції постають як комплексне явище, що не вкладається у рамки жодної окремої дисципліни.

Соціологічний і культурологічний підходи відкривають додаткову перспективу. Т. Крисанова зазначає, що емоції варто розглядати як соціально детерміновані конструкти, які виникають у процесі соціалізації й закріплюються у мові та дискурсі [5, с. 179]. Це означає: один і той самий афективний стан може виражатися зовсім інакше залежно від культурних моделей та комунікативних практик певної мовної спільноти. Наприклад, те, що в одній культурі вважається прийнятним виявом радості, в іншій може сприйматися як надмірна експресивність.

Міждисциплінарний підхід дозволяє охопити емоції у їхній цілісності. Психологія зосереджується на внутрішніх переживаннях, нейрофізіологія – на функціонуванні мозкових структур, лінгвістика – на мовних формах і засобах, тоді як психолінгвістика інтегрує всі ці виміри в єдину систему. В. Охріменко з колегами показують, що саме такий синтез дає можливість описати повний цикл:

від виникнення емоції на психічному рівні до її впливу на добір лексики, синтаксичних конструкцій та просодичних характеристик у конкретному комунікативному акті [14, с. 1091]. У результаті стає зрозумілим, як емоція формує смисл висловлювання і водночас визначає його прагматичний ефект.

Класифікація емоцій належить до ключових завдань сучасної психолінгвістики, оскільки саме вона дозволяє впорядкувати широкий спектр афективних станів і простежити закономірності їхнього мовного вираження. А. Шаповал підкреслює, що одним із найактуальніших викликів нинішньої науки є систематизація й семантична інтерпретація емоцій, адже без цього неможливо створити цілісну модель їхньої репрезентації у мовленні [18, с. 182]. Така систематизація стає основою для аналізу комунікативних практик, у яких емоції виконують як когнітивну, так і регулятивну функцію.

У науковій традиції простежується кілька різних підходів до класифікації. У психології поширеним є поділ на позитивні, негативні, нейтральні й біполярні емоції, тобто такі, що поєднують у собі суперечливі відтінки. Прикладом біполярності може бути відчуття радості з домішкою смутку, характерне для ситуацій прощання або завершення важливого життєвого етапу [14, с. 1091]. Такий поділ ілюструє базову оцінну природу емоцій: сприятливі обставини зумовлюють позитивні переживання, несприятливі – негативні, а складні й багатосарові події викликають амбівалентні почуття.

У психолінгвістиці класифікація орієнтована на мовні засоби й семантичні інтерпретації. Дослідження Н. Цинтар показує, що в художньому дискурсі провідну роль відіграє емотивно-оцінна лексика, яка передає як позитивні, так і негативні переживання. Доповнюють її вигуки, фразеологізми та інтонаційні структури, які слугують допоміжними маркерами емоційності [17, с. 94]. Звідси випливає, що саме лексичний рівень найчастіше стає первинним у вираженні емоцій, тоді як синтаксичні й просодичні засоби виконують функцію підсилення та уточнення.

Особливе місце займає концепція базових емоцій, універсальних для всіх культурних спільнот. Йдеться насамперед про такі стани, як радість, страх, гнів,

відразу, смуток і здивування. Вони є фундаментом людського афективного досвіду й простежуються у фразеологічних системах різних мов [14, с. 1092]. Попри культурні варіації, їхнє мовне вираження свідчить про спільність психолінгвістичних механізмів. Наприклад, метафоричні образи «палаю від гніву» чи «серце тоне від смутку» зустрічаються в багатьох мовах, хоча конкретні мовні форми залежать від традиційної символіки.

Значний інтерес становить когнітивно-дискурсивний підхід, розроблений Т. Крисановою та А. Вербицькою. Науковиці доводять, що емоції є не тільки психічними станами, а й соціально та культурно детермінованими утвореннями, що набувають змісту у дискурсивних практиках [5, с. 55]. Вони пропонують трирівневу класифікацію:

- соціальний конструктивізм розглядає емоції як продукт суспільних норм і цінностей, що регулюють допустимі форми їхнього вираження;
- психологічний конструктивізм пов'язує їх із базовими когнітивними процесами та тілесними реакціями, які є універсальними;
- нейроконструктивізм наголошує на ролі нейронних зв'язків, що формуються під впливом попереднього досвіду й зумовлюють індивідуальні відмінності у вираженні почуттів [5, с. 56].

Дослідниці також окреслюють соціокультурні чинники, які структурують емоційні переживання у мовленні. Серед них такі концепти, як «сім'я», «смерть», «життя», «свобода», «справедливість», «підтримка», «надія», «правда», «час» [5, с. 59]. Ці категорії вкорінені у культурному досвіді й задають рамки для інтерпретації емоцій. Крім того, авторки описують типові предметно-референтні ситуації, що провокують емоційні реакції: втрата близької людини, розлука матері з дитиною, досвід фрустрації, хвороба чи поранення, переживання морального або фізичного насильства, а також перебування в небезпечних умовах [5, с. 60]. Ці сценарії становлять основу для вербалізації емоцій у дискурсі, оскільки саме вони відтворюють найбільш значущі для людини події.

У сучасній психолінгвістиці простежується зростання інтересу до феномену емоцій, що пояснюється міждисциплінарною природою цього об'єкта.

Л. Калмикова наголошує, що мовлення неможливо розглядати поза емоційною сферою, оскільки саме емоції формують інтонаційно-смісловий каркас висловлювання [4, с. 22]. Подібної думки дотримується Д. Ізард (Izard), який підкреслює, що емоційні стани структурують когнітивні процеси, створюючи основу для подальшої вербалізації. Це означає, що будь-яке висловлювання, незалежно від його інформативного навантаження, є емоційно маркованим і таким, що поєднує когнітивні та афективні компоненти.

Одним із провідних напрямів сучасних досліджень є теорія емоційної когніції. Л. Баррет і К. Ліндквіст розглядають емоції не як сталі, наперед задані утворення, а як конструкції, що виникають унаслідок взаємодії когнітивних і культурних моделей. У цьому підході мова виконує роль механізму категоризації, який дозволяє людині усвідомлювати й переживати власні почуття [26; 27]. Центральним елементом постає поняття «емоційних слів», котрі не тільки позначають певний стан, а й створюють умови для його концептуалізації в досвіді індивіда.

Одним із важливих напрямів сучасної психолінгвістики є експериментальні дослідження, що дають змогу безпосередньо спостерігати, як емоції впливають на мовлення. Зокрема, А. Мохд Шаріф [52] провів серію експериментів, використовуючи методики *Modality Switching*, *Cumulative Semantic Interference* та *Visual World Paradigm*. Ці парадигми допомагають дослідити, як людина сприймає та відтворює мову в умовах емоційного впливу. Учений довів, що під час мовлення люди несвідомо інтегрують емоційний контекст у процес побудови ситуаційних моделей – внутрішніх когнітивних уявлень про події, які обговорюються. Іншими словами, емоційний фон змінює не лише виразність чи інтонацію сказаного, а й сам механізм породження мовлення. Він впливає на вибір слів, швидкість формування фраз, навіть на те, як ми передбачаємо наступні мовні одиниці в діалозі [52].

Окремої уваги заслуговують нейропсихолінгвістичні студії, які підтверджують відмінності у сприйнятті різних типів емоційної лексики. М. Іноїхоса з колегами показав, що слова з емоційним забарвленням активують

специфічні нейронні реакції вже на ранніх етапах мовленнєвої обробки. А. Алтарріба і Дж. Баснайт-Браун довели, що існує відмінність між словами, які прямо називають емоції (*happy, sad*), і тими, що лише викликають асоціативні реакції (*war, birthday*) [23]. Це свідчить про багаторівневу організацію емоційного словника та його вплив на когнітивні процеси.

Значним досягненням сучасної науки є також валентно-арузальна модель Дж. Рассела, яка передбачає класифікацію емоцій за двома вимірами – валентністю (позитивні чи негативні) та рівнем активації [55]. Пізніші дослідження, зокрема роботи Ф. Фонтена, доповнили її параметром домінантності, створивши тривимірну матрицю опису емоційних станів [55]. Ця модель дозволяє більш детально пояснити відмінності між подібними емоціями, наприклад між страхом і тривогою.

Варто окремо наголосити й на прагматичному аспекті. Т. Крисанова доводить, що емоції виконують регулятивну та соціальну функції у спілкуванні, визначаючи напрямок діалогу та підтримуючи контакт між учасниками комунікації [5, с. 181].

Когнітивно-дискурсивний підхід посідає провідне місце серед новітніх напрямів. На переконання Т. Крисанової, емоції слід розглядати не тільки як індивідуальні внутрішні переживання, а й як динамічні процеси, що постають у комунікативній взаємодії [5, с. 177]. Тобто емоції не існують у відриві від соціального контексту: вони формуються й закріплюються у дискурсі, набуваючи сенсу залежно від намірів і ролей учасників комунікації.

Важливим є також лінгвокультурний підхід. У працях В. Охріменка та його колег доведено, що у фразеологічних системах різних мов зберігається своєрідна культурна пам'ять, яка закріплює національно специфічні уявлення про почуття [14, с. 1092]. Отже, емоційна лексика та сталі вирази відображають не лише особисті враження, а й колективний досвід, формуючи образ світу певної спільноти.

Не менш показовим є функціонально-комунікативний підхід. Н. Цинтар наголошує, що будь-який мовленнєвий акт відбувається в умовах емоційного тла,

яке визначає як інтерпретацію змісту, так і створення прагматичного ефекту [17, с. 70]. Звідси випливає, що емоції виступають своєрідними «модераторами» комунікації: вони підсилюють або послаблюють вплив повідомлення, задають його інтонацію та спрямовують розвиток діалогу.

Окремий вектор сучасних студій становить інтегративний нейропсихолінгвістичний підхід, що поєднує здобутки психології, нейронаук і мовознавства. Л. Калмикова підкреслює, що дослідження мовлення сьогодні неможливі без урахування нейропсихологічних механізмів, оскільки саме вони забезпечують органічне поєднання когнітивної й емоційної сфер [4, с. 22]. Це відкриває нові перспективи для розуміння того, як емоції, закорінені у нейронних процесах, реалізуються у вербальній поведінці.

Поряд із цим дедалі більшої ваги набуває прагматико-стилістичний підхід, що аналізує способи вербалізації емоцій у конкретних жанрах і дискурсах. А. Шаповал підкреслює, що мовна експресивність варіює залежно від ситуації: у художніх текстах переважають метафори й образні конструкції, у медіа – гіпербола та іронія, а у повсякденному спілкуванні – вигуки, інтонаційні коливання й невербальні жести [18, с. 183]. Це доводить, що емоційність мовлення завжди адаптується до комунікативного контексту.

У сучасній психолінгвістиці зростає інтерес до феномена мовної особистості як багатовимірної системи, що поєднує когнітивні, комунікативні та емоційні характеристики індивіда. Л. Калмикова визначає мовну особистість як репрезентацію внутрішнього світу людини в мовленнєвій діяльності, яка охоплює ціннісні орієнтири, інтелектуальний стиль і сферу почуттів [4, с. 25]. У такому підході емоції постають не як додатковий чинник, а як ключовий елемент, що формує неповторність індивідуального мовлення й визначає стильову специфіку висловлювань.

Емоційний компонент безпосередньо впливає на лексичний і граматичний вибір мовця, а також на його інтонаційну манеру. Н. Цинтар підкреслює, що саме емоційність надає комунікації унікальності, адже навіть за однакових ситуацій різні особи вербалізують свої переживання по-різному – залежно від

особистісного досвіду та моментального стану [17, с. 72]. Відтак емоції стають основою індивідуального стилю, який вирізняє одну мовну особистість серед інших і робить її мовлення виразним та впізнаваним.

Не менш важливою є взаємодія емоційного та когнітивного вимірів у структурі мовної особистості. Т. Крисанова наголошує, що емоції не лише віддзеркалюють ставлення індивіда до дійсності, а й здатні спрямовувати мисленнєві процеси, визначаючи, які аспекти інформації сприймаються як пріоритетні та як саме вони інтерпретуються [5, с. 178]. У цьому виявляється когнітивно-оцінний стиль особистості, що впливає на добір мовних ресурсів і на формування аргументаційних чи комунікативних стратегій.

Соціальний аспект феномена мовної особистості також має особливе значення. А. Шаповал наголошує, що будь-який індивід функціонує у конкретному комунікативному середовищі, де емоції відіграють роль посередника у взаємодії [18, с. 183]. Через емоційні прояви людина не лише формує власний імідж та репутацію, а й будує або ускладнює взаємини з іншими учасниками комунікації. У такий спосіб емоційність мовлення стає чинником соціальної інтеграції чи, навпаки, конфліктності.

З огляду на це, емоції доцільно трактувати як системоутворювальний елемент мовної особистості, що впливає на кілька рівнів:

- мовний вибір (добір лексики, стилістичних ресурсів, синтаксичних моделей);
- комунікативні стратегії (тональність висловлювання, експресивність, прагматичні ефекти);
- соціальну взаємодію (створення атмосфери довіри, уникнення або загострення конфліктів, формування іміджу).

Отже, емоції не можна розглядати як випадкове тло мовлення – вони є його конститутивним складником. Саме завдяки емоційному виміру мовна особистість набуває індивідуальності, комунікація стає багатовимірною, а мовленнєва поведінка – невід’ємною частиною формування особистісної ідентичності у просторі культури й суспільної взаємодії.

1.2. Мовна репрезентація емоцій у вербальній комунікації

Проблема вербалізації емоцій посідає одне з провідних місць у сучасній психолінгвістиці, адже вона безпосередньо пов'язана з тим, як внутрішній афективний стан набуває мовного вираження і стає доступним для інших учасників комунікації. Л. Калмикова наголошує, що мовна поведінка завжди відображає емоційний досвід особистості: добір слів, синтаксичне оформлення висловлювань та їх інтонаційне забарвлення зумовлені саме емоційними чинниками [4, с. 47]. Тому емоції виступають тією рушійною силою, яка спрямовує процес породження мовлення й надає йому індивідуальної своєрідності.

Науковці розрізняють кілька способів вербалізації емоцій. А. Шаповал виділяє два основні механізми: прямий та опосередкований. Пряме вираження здійснюється за допомогою слів-етикеток, що безпосередньо позначають емоційний стан (*happy, angry, fearful*). Їхня семантика є максимально прозорою і не потребує додаткової інтерпретації. Опосередкований спосіб ґрунтується на використанні слів з емоційним забарвленням, які не називають почуття прямо, проте пробуджують відповідні асоціації (*war, rainbow, prison, home*). У такому випадку емоційна реакція виникає завдяки культурним і когнітивним зв'язкам між словом та його конотаціями [18, с. 184; 23].

Н. Цинтар підкреслює, що в художньому мовленні вербалізація емоцій є багаторівневим явищем. Вона охоплює не лише лексику, а й фразеологічні звороти, синтаксичні побудови та інтонаційні засоби. Їхня взаємодія створює цілісне емоційне тло тексту. Наприклад, вирази *to break one's heart, to tremble with fear* об'єднують лексичний і фразеологічний рівні, тоді як риторичні питання чи паузи підсилюють загальний емоційний ефект [17, с. 70]. Отже, емоційність формується комплексно й проявляється водночас на кількох рівнях мовної організації.

А. Мохд Шаріф доводить, що під час комунікації емоції виявляються не тільки через поодинокі мовні одиниці. Мовець вибудовує у свідомості когнітивну модель ситуації, де емоційне тло є невід'ємним елементом. Така модель визначає

очікування щодо перебігу подій, задає смислові акценти і впливає на організацію висловлювань [52, с. 23]. Емоція в цьому випадку виступає не як допоміжний компонент, а як структурний чинник, що спрямовує весь комунікативний процес.

Найбільш наочним рівнем, на якому виявляється емоційність мовлення, є лексичний. Л. Калмикова зауважує, що словниковий запас будь-якої мови зберігає колективний емоційний досвід суспільства. Він фіксується у вигляді слів і словосполучень, котрі прямо чи опосередковано передають почуття й афективні стани [4, с. 49]. Це означає, що саме на рівні лексики мовець найчастіше виявляє свій внутрішній емоційний світ.

А. Шаповал наголошує, що у лексичному масиві можна виокремити принаймні два пласти. Перший – це так звані «слова-етикетки емоцій» (*emotion label words*), які прямо називають певний психоемоційний стан. До цього класу належать, наприклад, *happy, sad, fear*. Їхнє призначення полягає у точному позначенні внутрішніх переживань. Другий шар становлять «слова з емоційним забарвленням» (*emotion-laden words*). Вони не називають емоції безпосередньо, проте здатні викликати сильні афективні реакції. Наприклад, слова *war* чи *birthday* самі по собі не є емоційними етикетками, але викликають відповідні почуття – від страху і тривоги до радості й ностальгії [18]. Отже, перший пласт забезпечує пряме найменування емоцій, тоді як другий пробуджує їх асоціативно.

Н. Цинтар підкреслює, що саме емоційно-оцінна лексика є найчисленнішою групою одиниць, які здатні передавати як позитивні, так і негативні відтінки. У цю категорію входять прикметники (*joyful, miserable*), дієслова (*to love, to hate*) та прислівники (*happily, angrily*). У поєднанні вони утворюють цілісне семантичне поле емоційності, у межах якого можна простежити різні градації й контрастні переходи між емоційними станами [17, с. 94]. Важливо також, що така лексика не існує ізольовано: вона функціонує у контексті, де її смисл часто поглиблюється або змінюється.

З погляду когнітивної лінгвістики, лексеми з емоційним значенням утворюють певні категоріальні прототипи. А. Вежбицька показала, що у різних мовах існують універсальні слова для позначення базових емоцій – *love, anger,*

fear, happiness, sadness, surprise. Проте культурне наповнення цих слів не є однаковим: у різних суспільствах вони можуть асоціюватися з відмінними наборами ситуацій, моделей поведінки чи соціальних норм [60]. Це доводить, що вербалізація емоцій має водночас універсальне й культурно специфічне підґрунтя.

Важливе спостереження належить А. Павленко, яка вивчала феномен багатомовності у контексті емоційної лексики. На її думку, рідна мова зазвичай зберігає значно сильніший емоційний потенціал, тоді як друга або третя мова часто використовується у нейтральніших, менш афективних ситуаціях. Це пояснюється тим, що мовна біографія мовця формує різний ступінь афективної насиченості лексики [54]. Відповідно, одна й та сама емоція може вербалізуватися різною мірою інтенсивності залежно від того, якою мовою вона виражена.

Особливий внесок зробив А. Мохд Шаріф, який довів на експериментальному матеріалі, що під час обробки емоційної лексики в мозку автоматично активуються афективні реакції. Це безпосередньо впливає на сприйняття та прогнозування змісту висловлювання. Дослідження продемонстрували, що навіть поодинокі емоційно забарвлені слова можуть змінювати інтерпретацію всієї ситуаційної моделі [58, с. 45]. Отже, емоційна лексика має потужний когнітивний ефект, здатний перебудовувати комунікативний процес.

Сфера синтаксису є не менш значущою для вияву емоцій, ніж лексика. Л. Калмикова наголошує, що сама побудова висловлювання відбиває стан мовця: інтонаційна та структурна організація речення змінюється залежно від того, наскільки сильним є переживання. Інакше кажучи, синтаксичний рівень стає дзеркалом емоційної напруги, адже саме він забезпечує ритміку та композиційну завершеність мовлення [4, с. 51].

Одним із найпомітніших засобів є вигук та риторичні питання. А. Шаповал підкреслює, що вигуківі конструкції (*Oh!, Alas!, Wow!*) виконують роль безпосередніх сигналів емоційності. Вони не потребують складної інтерпретації:

адресат відразу зчитує їхній афективний зміст. Риторичні ж питання мають іншу функцію – вони створюють атмосферу напруження, привертають увагу до ключового фрагмента і водночас посилюють смислове навантаження висловлювання [18, с. 185]. Наприклад, запитання на кшталт *How could this possibly happen?* не стільки шукає відповіді, скільки виражає емоційний стан мовця.

Н. Цинтар акцентує увагу на тому, що в художньому тексті особливого значення набувають інверсії та еліптичні структури. Вони змінюють звичний порядок слів або свідомо опускають окремі елементи, щоб виділити емоційно важливу деталь. Приклад *So strong was his fear that he could hardly move* ілюструє, як інверсія переносить акцент на слово *strong*, створюючи відчуття драматизму [17, с. 72]. Такі побудови не лише структурують зміст, а й підсилюють експресивність тексту, надаючи йому емоційної насиченості.

У прагматичному вимірі синтаксичні засоби виконують регулятивну функцію. Т. Крисанова звертає увагу на використання повторів, парцеляції та експресивних заперечень. Конструкції на зразок *Never in my life have I...* або багаторазове повторення слова в окремому фрагменті тексту змушують адресата зосередитися на головному та сприяють емоційному впливу на нього [4, с. 180]. Отже, синтаксис виступає інструментом управління увагою слухача чи читача.

Цікаві спостереження подає Дж. Айтисон. На її думку, синтаксична організація відображає спосіб «упаковки» емоційного змісту. Короткі вигуківі речення – типу *Stop!* або *No!* – сигналізують про сильні та безпосередні переживання, тоді як довгі періоди з багатьма підрядними частинами засвідчують радше рефлексивний, аналітичний характер емоційного переживання [21]. Така різниця дозволяє зрозуміти, як граматична структура співвідноситься з інтенсивністю емоцій.

А. Мохд Шаріф підкріплює ці спостереження результатами експериментів. Він довів, що синтаксичні аномалії, у яких наявний емоційний компонент, швидше сприймаються реципієнтами, ніж нейтральні. Іншими словами, якщо речення містить структурне відхилення з емоційним маркером, слухач або читач

реагує на нього миттєвіше. Це свідчить про те, що синтаксис здатен виконувати роль тригера, який активує емоційне опрацювання інформації у мозку [52, с. 67].

Емоційна виразність мовлення не обмежується лексикою та синтаксисом. Велику роль відіграють експресивно-стилістичні засоби, які посилюють інтенсивність висловлювання й роблять його образнішим. Л. Калмикова підкреслює, що саме вони створюють додатковий рівень емоційного впливу, допомагаючи адресатові не лише зрозуміти зміст, а й відчутти внутрішній стан мовця [4, с. 52].

За спостереженням А. Шаповала, найбільш поширеними інструментами є метафора та метонімія. Вони здатні передавати абстрактні переживання через конкретні образи, наближені до фізичного досвіду людини. У вислові *to burn with anger* емоція гніву уподібнюється до відчуття жару, тоді як у фразі *her heart sank* смуток відтворюється як рух серця вниз [18, с. 186]. Подібні тропи надають почуттям відчутної форми, завдяки чому адресат легко їх ідентифікує.

Важливим джерелом емоційності є фразеологія. Н. Цинтар зауважує, що сталі вирази часто закріплюють культурно специфічні уявлення про емоції: *to cry one's eyes out, to lose one's temper* [17, с. 73]. Ідіоми такого типу відтворюють колективний досвід і водночас демонструють, як певна мовна спільнота концептуалізує почуття. У результаті фразеологізми виконують подвійну функцію – вони і передають емоційний стан, і відображають національно-культурні особливості.

Когнітивна лінгвістика розглядає експресивні засоби як систему концептуальних метафор. З. Кьовечес показує, що в різних мовах емоції структуруються через просторові й тілесні схеми. Гнів постає як нагрівання (*anger is heat*), любов – як подорож (*love is a journey*) [47]. У цих моделях образність не є прикрасою, а формує спосіб мислення про емоції, закріплюючи у мові певні когнітивні сценарії.

З прагматичного погляду експресивні засоби виконують функцію регулювання емоційного тону комунікації. Т. Крисанова вважає, що іронія дозволяє дистанціюватися від надмірної напруги й пом'якшити оцінку, тоді як

гіпербола надає висловлюванню максимальної інтенсивності та створює ефект перебільшення [4, с. 181]. Завдяки цьому мовець контролює сприйняття своїх слів і може цілеспрямовано впливати на адресата.

Результати експериментів підтверджують і когнітивний ефект таких засобів. А. Мохд Шаріф довів, що метафори не лише роблять висловлювання образнішими, а й полегшують обробку складних емоційних концептів. Вони спираються на сенсомоторний досвід і активізують уяву, що допомагає слухачеві або читачеві не просто почути емоцію, а й відчуті її на рівні асоціацій [52, с. 98].

Інтонація та просодичні засоби становлять окремий вимір у системі вербалізації емоцій. Саме вони створюють акустичне тло висловлювання, яке нерідко передає більше, ніж самі слова. Л. Калмикова підкреслює, що інтонаційне оформлення фрази є вирішальним чинником у сприйнятті емоційного стану мовця. Навіть тоді, коли у вислові немає жодних явних мовних маркерів, інтонація здатна виразити почуття й налаштувати слухача на певну емоційну хвилю [4, с. 56].

А. Шаповал зазначає, що просодика охоплює цілу низку характеристик – мелодійність мовлення, інтенсивність звучання, темп, паузування. Усі ці параметри в комплексі формують відтінки емоційності [18, с. 187]. Приміром, підвищений тон голосу може сигналізувати про здивування, захоплення чи обурення, тоді як уповільнений темп і знижена мелодика часто свідчать про смуток або втому. Нерідко саме інтонаційний малюнок допомагає правильно інтерпретувати вислів, який на письмі здавався б нейтральним.

В. Охріменко разом із колегами доводять, що інтонаційні характеристики загалом мають універсальний характер: у більшості мов можна простежити схожі патерни для вираження радості, гніву чи страху. Водночас конкретні засоби їхньої реалізації відчутно залежать від культурного контексту. Наприклад, одна й та сама емоція у різних мовних спільнотах може вербалізуватися через різні ритміко-мелодійні схеми [14, с. 1092]. Це означає, що інтонація поєднує універсальні психофізіологічні механізми з культурними традиціями.

Т. Крисанова розглядає інтонацію не тільки як спосіб передавання почуттів, а й як засіб організації самого дискурсу. Зміни просодики дозволяють виділити головні смислові вузли, акцентувати на ключових словах, знижувати або, навпаки, підвищувати напруження в діалозі. У цьому сенсі інтонація стає інструментом керування комунікативною динамікою [4, с. 182].

Дані експериментальних досліджень підтверджують вагу цього аспекту. А. Мохд Шаріф показав, що слухачі швидше розпізнають зміст висловлювання, якщо просодичний сигнал відповідає очікуваній емоційній категорії. Тобто інтонація може виступати своєрідним «ключем», який запускає когнітивні процеси та прискорює інтерпретацію [52, с. 121]. Невідповідність інтонаційного малюнка і вербального змісту, навпаки, ускладнює розуміння та може призвести до комунікативних збоїв.

Когнітивна лінгвістика пояснює цей феномен як роботу «паралельного каналу» спілкування. Дж. Айтисон підкреслює, що інтонація здатна дублювати, підсилювати чи навіть повністю заміщати вербальні засоби вираження емоцій. Завдяки цьому виникає багаторівневий смисловий простір: вербальний текст передає одне значення, а інтонаційний малюнок може надавати йому протилежної емоційної оцінки [21]. Це пояснює, чому в реальній комунікації ми часто довіряємо не словам, а тону голосу.

Функціональний вимір репрезентації емоцій у мовленні охоплює ті ролі, які вони виконують у процесі спілкування. Л. Калмикова наголошує: жодне висловлювання не обмежується лише передаванням інформації. У ньому завжди закладений емоційний пласт, що допомагає керувати перебігом комунікації та впливати на її змістову й оцінну сторону [4, с. 60].

Однією з провідних є регулятивна функція. Т. Крисанова вважає, що емоції визначають напрям розмови, впливають на її темп і тональність. Емоційні слова або інтонаційні відтінки можуть знімати напруження чи, навпаки, загострювати його, тим самим змінюючи розвиток діалогу [5, с. 182].

Не менш вагомою є функція оцінювання. А. Шаповал підкреслює: коли мовець уживає емоційні слова або специфічні інтонаційні контури, він не просто

описує ситуацію, а й надає їй власної оцінки. Слухач сприймає повідомлення вже не як сухий факт, а як вираження особистої позиції [18, с. 185].

Важливою є й експресивна функція. Н. Цинтар зазначає, що емоційні маркери посилюють образність висловлювання, роблять його більш відчутним і впливовим. Метафори, гіперболи чи сталі вирази створюють додаткову силу впливу на адресата, формуючи у його свідомості глибші асоціації [17, с. 73].

Соціолінгвістичний вимір відкриває контактну функцію. Дослідження В. Охріменка з колегами доводять, що інтонаційні й лексичні засоби здатні створювати атмосферу довіри, близькості чи дистанції. Вони визначають, наскільки теплим або відстороненим буде спілкування [14, с. 1093].

Окремо виокремлюють пізнавальну функцію. Л. Баррет доводить: коли людина називає емоцію, вона водночас структурує власний досвід і допомагає слухачеві його осмислити. Мова емоцій стає засобом упорядкування внутрішнього світу та впливає на спосіб мислення [26].

Цю думку підкріплює А. Мохд Шаріф. Його дослідження показують, що емоційні слова й інтонаційні сигнали активують у свідомості слухача готові схеми сприйняття. Завдяки цьому розуміння висловлювання пришвидшується і стає точнішим [52, с. 130].

Усі зазначені функції – регулятивна, оцінна, експресивна, контактна та пізнавальна – переконливо доводять: емоції не є додатком до мовлення, вони формують його основу, впливаючи на зміст, форму і результат комунікації.

Висновки до першого розділу

Емоції у психолінгвістиці давно перестали бути «фоновим шумом» мовлення – тим, що ніби супроводжує слова, але не визначає їхню глибину. Сучасні дослідження дедалі частіше показують: емоції не стоять збоку від мовлення. Вони визначають, як саме людина говорить, які слова обирає, яким буде її тон і як усе це сприйме співрозмовник. Емоція часто задає темп і настрій розмови, формує стиль мовця і робить комунікацію об'ємною, а не плоскою. Через емоції мова перестає бути просто передачею інформації – вона стає

способом передати свій стан, свій досвід, своє бачення. Тому емоції цілком справедливо називають містком між тим, що ми переживаємо всередині, і тим, як взаємодіємо з людьми навколо.

Якщо поглянути на мовлення ширше, стає зрозуміло: емоції – не додаток до сказаного, а його основа. Вони поєднують у собі і психічні процеси, і роботу мозку, і культурне тло, на якому виростає людина. Завдяки емоціям слова набувають особистого змісту, а повідомлення – індивідуального відтінку. Саме емоційність дозволяє мові не просто доносити факт, а відображати цінності, будувати ідентичність і вплітати в комунікацію щось значно більше за буквальний зміст.

Емоції пронизують мовленнєву діяльність на всіх рівнях. Вони впливають на те, які слова обирає мовець, якими будуть його синтаксичні конструкції, чи з'являться у висловлюванні метафори, повтори, паузи, інтонаційні хвилі. Емоційний імпульс здатен упорядкувати думку, надихнути на продовження діалогу, а іноді – навпаки – змінити його напрям або завершити спілкування зовсім. У процесі вербалізації переплітаються універсальні механізми (спільні для всіх людей) і культурно зумовлені звички – і саме в цьому переплетенні народжується неповторна індивідуальна манера говорити.

Мовна репрезентація емоцій – це не механічна схема, а узгоджений процес, у якому думка, спосіб її подання та культурний досвід мовця діють разом. Когнітивний рівень формує зміст – те, що людина хоче сказати. Комунікативний визначає звучання цього змісту: слова, тон, ритм, темп. Соціокультурний рівень підказує, як саме варто висловитися у конкретній ситуації – прямо, м'яко чи натяком. У поєднанні ці складники дозволяють мові не лише назвати емоцію, а й передати її настрій, інтенсивність і ті тонкі відтінки, які часто є важливішими за сам факт переживання.

РОЗДІЛ 2

ЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЕМОЦІЙНОГО КОМІЧНОГО МОВЛЕННЯ У СЕРІАЛІ “FRIENDS”

2.1. Емоційно забарвлена лексика і стилістичні засоби гумору

Комічний ефект у серіалі “Friends”[40] значною мірою досягається за рахунок використання емоційно забарвленої лексики та розмаїтих стилістичних прийомів. Жваві діалоги персонажів переповнені словами й фразами, що виражають почуття – від захоплення до обурення – і водночас викликають сміх глядача. По суті, лексичний рівень є первинним носієм емоційності мовлення, тоді як синтаксичні та просодичні засоби лише підсилюють і уточнюють цю емоційну тональність [17, с. 94]. Відбір слів у репліках героїв нерозривно пов’язаний з їхнім емоційним станом: як підкреслює А. Шаповал, емоції мовця впливають на добір мовних одиниць і формують прагматичний ефект висловлювання [18, с. 183]. Показово, що у веселих сценах персонажі використовують саме ті слова, які найкраще передають потрібний настрій – чи то радісний піднесений, чи то іронічно-незадоволений. Водночас комедійний дискурс серіалу насичений різноманітними стилістичними прийомами – від гри слів до сарказму – котрі слугують для створення комічних ситуацій та підкреслення емоційних реакцій [30]. Така мовна палітра робить жарти природними і «олюдненими», адже, зрештою, без обміну емоціями спілкування втрачає природність [17, с. 71]. Кожен із головних героїв має свій індивідуальний стиль гумору, проте усіх їх об’єднує спільна риса – виразна емоційність мовлення, що «оживляє» жарти і робить їх переконливими.

Емоційно забарвлена лексика у “Friends” охоплює передусім вигуки, розмовні інтер’єкції, сленгові та експресивно-оцінні слова, які додають реплікам експресії. Часте звертання до міжкультурно впізнаваних вигуків типу *Oh my God!* чи *Wow!* стало візитівкою серіалу. Ці вигуки передають широкий спектр почуттів – від шоку до захвату – і водночас підкреслюють комічність ситуацій. Наприклад, героїня серіалу не раз емоційно вигукує *Oh my God!* у момент крайнього

здивування чи радості. В одній зі сцен Рейчел раптово зустрічає стару знайому і реагує бурхливо: *Oh my God! Janice, hi!* – на що Чендлер сухо зауважує: *Janice is gonna go away now.* (Сезон 1, серія 14). Тут експресивний вигук Рейчел передає несподівану радість, тоді як жартівлива репліка Чендлера демонструє іронічне небажання продовжувати зустріч. Така емоційна реакція, виражена через вигук, одразу робить сцену живою і комічною. Вигуки на кшталт *Oh my God!* взагалі настільки характерні для емоційного мовлення героїв, що стають повторюваними комічними мотивами. Зокрема, героїня Дженіс, епізодичний персонаж, кожену появу традиційно починає з голосного *Oh my God!*, що глядачі сприймають як гумористичний маркер ситуації.

Не менш важливу роль у створенні емоційного забарвлення відіграють експресивні розмовні слова та сленг. Персонажі часто вдаються до м'яких евфемізмів і лайливих слівцець, які, втім, сприймаються як дружній гумор. У серіалі практично немає грубої нецензурної лексики – натомість уживаються легкі лайки на зразок *hell, damn, crap*, що надають висловам жартівливої розв'язності [48]. Наприклад, Джоуї, аби підбадьорити засмученого Росса, гіперболізує негатив і вигукує: *The hell with hockey, let's all do that!* (Сезон 1, серія 4). Фраза *to hell with...* є розмовним експресивним зворотом, який передає зневажливе ставлення, але тут ужита доброзичливо і жартома, щоб відволікти Росса від сумних думок про колишню дружину. Емоційно забарвлене слівце *hell* підсилює комічний ефект репліки: Джоуї свідомо перебільшує драматизм («киньмо все і теж зануримося в депресію!») і тим самим розряджає напруження гумором.

Подібним чином іронічно вживана лайка *crap* та похідні від неї з'являються в діалогах як маркери фрустрації або невдоволення героїв, що перетворюється на жарт. Росс у пориві ревностів придумує жартівливу образу для суперника Паоло: *Do you know the word crapweasel?... You are a huge crapweasel!* (Сезон 1, серія 7). Неологізм *crapweasel* (буквально «лайливий тхір») є яскраво емоційно забарвленим і одночасно комічним: Росс виливає своє обурення у химерному слові, незрозумілому для італійця Паоло, але зрозумілому глядачам. Цей вислів

поєднує негативну оцінку (зневажливе *crap*) зі смішним образом (*weasel – mxip*) і слугує свого роду емоційним виходом для героя, водночас викликаючи сміх у аудиторії. Отже, використання навіть помірно лайливої лексики в серіалі підпорядковане комічній меті: слова виступають безпечними «вентилями» для негативних емоцій, перетворених на жарт.

Емоційності мовлення також надають пестливі й фамільярні форми звертань, які герої вживають один до одного. Часто вони називають друзів *buddy*, *man*, *pal* («приятель», «дуже»), що підкреслює теплоту їхніх стосунків і задає невимушений тон розмовам. Ці звертання, хоча нейтральні за змістом, набувають емоційного відтінку близькості. Наприклад, Джоуї, радіючи спільному виходу з хлопцями, обіймає Росса і вигукує: *We love you, man*. (Сезон 1, серія 4). Слово *man* тут виступає дружнім звертанням, а вся фраза, підкреслена поцілунком в щоку, комічно імітує пафосний вираз братерської любові.

У серіалі можна виокремити цілий ряд стилістичних засобів гумору, тісно пов'язаних з емоційною лексикою. Вони підсилюють комічний ефект висловлювань і часто базуються на навмисному порушенні мовних норм або очікувань. До основних прийомів, що формують комічність діалогів “Friends”, належать:

1. Гра слів (каламбур) – використання багатозначності або співзвучності слів для жартівливого ефекту.
2. Іронія та сарказм – висловлювання з прихованим або протилежним буквальному значенням змістом, часто з метою доброзичливого кепкування.
3. Гіпербола – навмисне перебільшення, яке комічно підкреслює емоційний стан персонажа.
4. Абсурд і нонсенс – нелогічні або дивакуваті вислови, що викликають сміх своєю несподіваністю.
5. Алюзії та відсилки – посилення на відомі явища культури чи стереотипи з комічною метою.
6. Повтори та кліше – навмисне повторення фраз або клішованих висловів, щоб створити комічний ефект впізнавання чи набридливості [24].

Розгляньмо ці стилістичні прийоми не «по поличках», а так, як вони існують у серіалі: раптово, інколи незграбно, інколи навіть занадто емоційно, але завжди – живо. У *Friends* гра слів часто з'являється буквально з нічого: два схожі звучання перетинаються, хтось неправильно чує, хтось надмірно реагує – і вже маємо сцену, якої ніхто не планував. Саме ці мимовільні зіткнення і роблять гумор таким органічним.

Сцена з *omnipotent* та *impotent* – показова. Моніка кидає майже філософське запитання: *What would you do if you were omnipotent for a day?* І Джоуї, замість уявити всемогутність, уявляє... зовсім інше. *Probably kill myself!* – каже він так буденно, ніби відповідає на щось дріб'язкове. Моніка на мить ніби зупиняється: вона не очікувала нічого подібного. Джоуї ж, не здогадуючись, що відбувається, ще глибше занурюється у власну логіку: *Hey, if Little Joey's dead, then I got no reason to live!*

І все це відбувається настільки швидко, що емоція встигає народитися ще до того, як глядач зрозуміє, де саме сталася мовна помилка. Тільки після цього Росс, мов «тиха страховка» компанії, м'яко підказує: *Joey, uh– omnipotent*. І от тут сцена раптом провисає – але не втрачається. Джоуї довго не може збагнути сенс і нарешті тихо, майже винувато: *You are? Ross, I'm sorry...* (Сезон 1, серія 4).

Комізм тримається не на слові, не на омонімії, а на дисбалансі. Грандіозне слово – і абсолютно нерелевантна емоційна хвиля. Саме невідповідність масштабів робить момент смішним до абсурду.

Сарказм Чендлера працює на іншому рівні. Він не зривається у крайні реакції, не плутає значення – він пливе між серйозністю та іронією так, що межа між ними весь час рухається. Коли Джоуї запрошує друзів на виставу, Рейчел щиро тішиться його фото у програмці. І Чендлер – не сміється, не коментує напрямку, а кидає репліку майже пошепки: *You can always spot someone who's never seen one of his plays before. Notice, no fear, no sense of impending doom...* (Сезон 1, серія 6).

Його слова звучать спокійно, рівно, але сенс прослизає збоку: захват Рейчел – результат невинності. Вона ще не знає, у що вплуталась. Іронія тут

м'яка, але наскрізна: у цьому сміх не над Джоуї, а радше над ситуацією. Це спосіб тримати дружній тон, не переходячи межу.

Такі епізоди показують, що емоція у *Friends* рідко живе в одному місці. Вона розсипається між інтонаціями, жестами, швидкими змінами погляду, несподіваними паузами. І саме з цього хаотичного, трохи неспокійного руху народжується гумор, який важко відтворити, але легко впізнати.

Іронічні зауваження Чендлера взагалі стали визначальною рисою його мовлення. Часто він вдається до іронії, щоб відреагувати на абсурдну чи неприємну ситуацію. Скажімо, коли всі захоплено обговорюють свої любовні перемоги, а Росс із сумом згадує невдалий шлюб, Чендлер підсумовує з притиском: *Well, aren't we Mr. "The glass is half empty"*. (Сезон 1, серія 4). Ця коротка іронічна фраза оформлена як риторичне запитання і легка насмішка над Россовим песимізмом. Саркастичний тон Чендлера, попри уїдливість слів, не ранив Росса – навпаки, змушує його й інших усміхнутися, усвідомивши комічність свого драматизування. Отже, іронія та сарказм у "*Friends*" виступають своєрідними каталізаторами емоційного балансу: друзі доброзичливо підсміюються одне з одного, щоби зняти напругу чи вказати на чийсь надмірну драматичність. Це узгоджується з думкою Т. Мельникової, що іронія може бути стилістичним прийомом гумору, виражаючи негативне ставлення у м'якій жартівливій формі [12, с. 69]. Зрештою, такі іронічні діалоги виконують і важливу прагматичну роль – вони згуртовують персонажів, адже доброзичливе дражніння (*teasing*) є типовим проявом близької дружби.

Гіпербола, або перебільшення, у поєднанні з емоційною лексикою теж часто слугує джерелом комічного ефекту. Персонажі навмисно драматизують свої почуття, доводячи їх «до краю», і ця непропорційність викликає сміх. Приміром, після чергового невдалого побачення Росс жаліється друзям: *This is the worst break-up in the history of the world*. Звичайно, глядач розуміє, що це перебільшення – «найгірше розставання в історії» – сказане для красного слівця. Але у момент емоційного розпаду Росс щиро відчуває саме так, тому його гіперболічна заява звучить і смішно, і трохи зворушливо водночас (Сезон 1,

серія 5). Інший приклад – реакція Чендлера, який, перебуваючи на межі нервового зриву через розрив із Дженіс, вихилив десяток чашок еспресо. Коли Фібі стурбовано питає, скільки кави він випив, той випалює: *Oh, I don't know, a million?* (Сезон 1, серія 5). Звичайно, буквально це перебільшення – жодна людина не здатна випити «мільйон» порцій кави. Але така емоційно забарвлена гіпербола чудово передає стан Чендлера: він гранично знервований (водночас комічно схвилюваний), тож його відповідь відображає і втому, і самоіронію. Глядач сміється, тому що впізнає у цьому перебільшенні реальне відчуття героя – ми теж говоримо «я пив каву літрами» чи «чекати довелося цілу вічність», коли хочемо дотепно поскаржитися.

Гіпербола у серіалі слугує і для комічного ефекту, і для підсилення емоційної достовірності переживань персонажів. Емоційно марковані прислівники і прикметники (на кшталт *the worst, a million*) виконують тут роль підсилювачів, створюючи той самий інтонаційно-смісловий каркас висловлювання [4, с. 22], про який йдеться в теорії емоційної інтонації мовлення.

Абсурд у *Friends* не діє за правилами – він з'являється раптово, майже зі зламаним ритмом, ніби хтось обриває сцену навпіл і вставляє фразу, яка взагалі не мала б прозвучати. Нонсенс тут не прикраса, а спосіб увійти у спільну емоцію, навіть якщо сенс слів у цей момент нікому не потрібен.

Сцена з Рейчел і її подругами рухається швидко, майже хаотично: суцільний вереск, блискучі кільця, обійми, сукні, збудження – усе змішано в один гурт. І раптом – тиша не настає. Замість тиші з'являється Фібі. Вона не має новин, не має кільця, не має приводу кричати... але має щось іще. *Look, look, I have elbows!* (Сезон 1, серія 4).

У цій сцені все працює не за рахунок того, що сказано, а за рахунок того, як це зненацька виринається. Фраза про лікті – повна нісенітниця, вона не має жодного відношення до теми, але пролітає так різко, що всі ніби автоматично підлаштовуються під новий емоційний ритм. І це виглядає не як жарт, який треба зрозуміти, а як чистий імпульс – той самий, який у реальному житті штовхає людину сказати щось дивне просто щоб не стояти осторонь.

Фібі реагує по-своєму: трохи навмання, трохи надмірно, з тією її фірмовою щирістю, яка не просить вибачення за абсурд. Вона махає руками, підвищує тон, ніби справді радіє тому, що має лікті. І що цікаво: це працює. Працює тому, що компанія вже перебуває в режимі «спільної емоції», де важливо не те, про що говорять, а те, що говорять разом.

Подруги миттєво підхоплюють її шум. Можливо, навіть не замислюються, що вигук – безглуздий. Їм не потрібно зупинятися й аналізувати. Їм важливіша сама можливість залишатися в одному темпі, у тому спільному «ми», яке утримує сцену. Тому *elbows* у цю секунду цілком можуть стати приводом для радості – просто тому, що хтось додав цей привід до спільного потоку.

І тут абсурд набуває іншої функції. Він не розриває сцену. Він знімає з неї напругу й відкриває двері для участі. Фібі не хоче загубитися, не хоче тонути в чужій радості – вона пропонує свою версію «я теж тут», хай і у формі повного безглуздя. І саме тому це виглядає живо. Невимушено. Правдиво.

Сенс, можливо, і зникає, але взаємність – ні. Вона якраз стає ще помітнішою. Бо гумор тут не про те, щоб зрозуміти слова, а про те, щоб відчувати людей, які хочуть залишатися поруч.

Абсурдні висловлювання на кшталт цього підкреслюють невимушеність комунікації друзів: вони настільки близькі, що можуть жартувати геть про все, навіть про власні лікті. Абсурд у їхньому виконанні має відтінок милої ексцентричності, що додає серіалу чарівності. З точки зору лінгвістичної теорії, тут реалізується прийом свідомого порушення логіки задля комічного ефекту – те, що можна назвати нелогічною дотепністю [25]. Фібіні слова не мають логічного сенсу, проте вони чудово вписуються в емоційний контекст і викликають сміх своєю несподіваністю.

Алюзії та культурні відсилки також збагачують гумор серіалу, дозволяючи героям виражати емоції через призму загальновідомих образів. Персонажі часто порівнюють себе або ситуації з фільмами, книжками чи знаменитостями – і такі порівняння часом набувають комічного забарвлення. Приміром, Моніка, яку дратує вимушене безсоння, сердито бурчить Чендлеру, що не виспалась через

його нічні телевізійні марафони, наводячи гіперболічну відсилку: *Deep Impact – that was the one with Robert Duvall; Armageddon is what's going to happen to you if you wake me up* (Сезон 7, серія 12). Моніка порівнює своє пробудження з катастрофою масштабу «Армагеддону», погрожуючи Чендлеру жартівливим перебільшенням. Ця репліка одночасно і демонструє її роздратування, і жартує над ним через алюзію на відомі кінокатастрофи. Емоційний стан (злість Моніки) трансформується у дотепну культурну відсилку, зрозумілу глядачам. Подібні алюзії дозволяють персонажам виразити почуття яскравіше, образніше: замість просто сказати «я буду дуже зла», Моніка вигадує порівняння з кінцем світу, що звучить значно драматичніше й смішніше.

Повтори й «фірмові» фрази героїв теж створюють особливий гумористичний ефект. Джоуї зі своїм *How you doin'?* щоразу викликає усмішку – не тому, що фраза нова, а тому, що вона на сто відсотків «про нього». А Фібі зі своїм ніжним *lobster* будує цілу метафору кохання для Росса й Рейчел – кумедну, наївну, але дивовижно теплу.

І, звісно, вічне виправдання Росса – *We were on a break!* Спершу серйозне, а згодом – довготривалий внутрішній жарт, що живе своїм життям і смішить дедалі більше з кожним повтором.

Усі ці дрібні мовні «петички» створюють відчуття спільності між героями й глядачами. Ми впізнаємо їхні фрази, чекаємо на них, реагуємо. І саме тому гумор здається таким живим – він народжується з емоцій персонажів, їхніх звичок і теплового, майже домашнього лексичного світу. Кожного разу, як Росс у сварці або випадково вимовляє «*Ми були на перерві!*», глядачі сміються, бо ця фраза стала комічним символом їхньої нескінченної емоційної драми. Отже, повтори й кліше у мові “Friends” виконують текстотворчу і розважальну функції: вони структурують гумористичний простір серіалу і водночас підсилюють емоційний зв’язок аудиторії з персонажами [25].

Загалом, емоційно забарвлена лексика та стилістичні прийоми гумору у “Friends” тісно переплетені. Експресивні слова задають тон жартам, а стилістичні маневри на кшталт іронії чи гри слів розкривають комічний потенціал ситуацій.

Як відзначає Т. Крисанова, емоції визначають динаміку спілкування і впливають на вибір стратегій дискурсу [5, с.178]. У випадку “Friends” ця теза підтверджується: персонажі залежно від свого настрою обирають різні гумористичні стратегії – сарказм у моменти роздратування, гіперболу при збудженні, каламбур для безтурботного настрою тощо. В результаті кожен жарт несе на собі відбиток емоційного стану мовця, що робить гумор серіалу особливо щирим і «свіжим». Мовна гра не виглядає надуманою, бо впливає з характерів і почуттів героїв. При цьому різноманіття лексичних і стилістичних засобів гумору свідчить про багатогранність комічного у серіалі – від тонкої іронії до відвертого буфонади, від інтелектуальної гри слів до абсурдного дитячого жарту. Така строкатість забезпечує постійну інтонаційну «хвилю» в тексті серіалу: смішні моменти чергуються з емоційно зворушливими, а дотепні репліки – з сердечними зізнаннями, підтримуючи увагу глядача і не даючи йому занудьгувати.

2.2. Емоційна взаємодія персонажів у комічному контексті

Комічне мовлення в “Friends” розкривається не лише через окремі слова чи жарти, а й через динаміку взаємодії між персонажами. В дружньому колективі серіалу гумор слугує своєрідною «мовою» емоційної взаємодії: герої висловлюють підтримку, любов, образу чи розчарування, обмінюючись жартами і дотепами. Такий спосіб спілкування відповідає реальним психологічним механізмам – як зауважує Т. Крисанова, емоції є невід’ємною складовою дискурсу і задають смисл комунікації [5, с. 176]. У комедійному контексті “Friends” емоції задають і тон розмов, і комічний зміст: часто саме зіткнення різних емоцій персонажів породжує смішні ситуації. Водночас гумор виконує в їхньому спілкуванні низку важливих соціально-психологічних функцій. Зокрема, він допомагає згуртувати друзів, зняти напругу під час конфліктів, полегшити переживання негативних почуттів і підкреслити позитивні. Це узгоджується з загальними функціями гумору, виділеними дослідниками: об’єднувальною, розряджальною, експресивною, оцінною тощо. Розгляньмо, як саме персонажі

“Friends” емоційно взаємодіють через гумор і які прийоми комічного спілкування характерні для їхнього кола.

По-перше, гумор як вираження дружньої підтримки – одна з визначальних рис комунікації між головними героями. Друзі часто використовують жарти, щоб підбадьорити один одного у скрутну хвилину або пом’якшити удари долі. У таких випадках комічне висловлювання містить емпатію та приховану турботу, навіть якщо на поверхні виглядає як глузування. Класичний приклад – вже згадувана сцена, де Джоуї та Чендлер намагаються витягти депресивного Росса на хокейний матч, аби той не сумував через колишню дружину. Росс спершу відмовляється і похмуро жартує, що піде додому «думати про свою колишню і її коханку-лесбіянку». Реакція Джоуї миттєва і гротескно жартівлива: *The hell with hockey, let's all do that!* (Сезон 1, серія 4). За цією іронічною пропозицією – мовляв, киньмо веселий вечір і пориньмо разом у депресію – приховується щире бажання розвеселити Росса. Друзі по суті сигналізують йому: «Ми розуміємо твій біль і жартуємо з нього, щоб тобі стало легше». Спільний сміх тут виступає терапією: Росс посміхається і зрештою погоджується піти з ними, забувши про сумні думки. Ця ситуація ілюструє явище афіліативного гумору, тобто доброзичливого гумору, спрямованого на підтримку взаємних зв’язків [50, с. 48]. Друзі жартують не над Россом, а для нього, і включають себе в жарт (готовність «всім посумувати»), тим самим створюючи відчуття єдності. Показово, що подібні сцени повторюються: герої завжди готові розрядити напружену атмосферу дотепом, коли хтось із них у біді. Фібі жартує з Чендлера після його болісного розриву з дівчиною; Моніка вигадує кумедний план, щоб підняти Рейчел настрій після сварки з батьками; хлопці ставлять сценки, аби розсмішити засмучену Фібі. У кожному разі гумор стає посередником емоційної підтримки – це м’який спосіб сказати «я поруч, не сумуй». Така функція гумору відповідає експресивній та емотивній функціям, згаданим вище: через жарт герої виражають співчуття і одночасно змінюють емоційний фон на позитивніший.

По-друге, гумор як форма дружнього піддражнювання і конфліктної розрядки. Взаємні кепкування, дотепні шпильки та навіть легкі образливі жарти

– невід’ємна частина спілкування друзів у серіалі. Те, що ззовні могло б видатися сваркою чи грубістю, насправді в їхньому колі виконує роль ритуальної гри, яка не руйнує стосунки, а навпаки, зміцнює їх. Література з психології гумору розрізняє агресивний гумор (спрямований на приниження або насмішку) і самопринижуючий або доброзичливий гумор [50]. У “Friends” межа між ними тонка: персонажі часто обмінюються колочими жартами, але роблять це з усмішкою і без злоби. Наприклад, Моніка і Росс як брат і сестра нерідко згадують безглузді випадки з дитинства, підколюючи одне одного. В епізоді про День Подяки (Сезон 9, серія 8) вони завзято змагаються у настільному тенісі, і Моніка щоразу злорадно дражнить Росса, а той у відповідь саркастично називає її «втіленням мами». Цей обмін шпильками супроводжується сміхом інших друзів і підбадьорливими вигуками. Хоч репліки звучать як ущипливі, жоден з них не ображається по-справжньому – це гра. Подібне доброзичливе дражніння можна побачити і між Джоуї та Чендлером, які мешкають разом. У сцені, де Джоуї зопалу ображається на Чендлера за те, що той його розіграв, Чендлер мирить друга жартом: *All right, Pheeb, back me up here, ok? You believe in that karma crap, don't you?* – звертаючись до Фібі з іронічним проханням підтримати його в суперечці (Сезон 2, серія 14). Словом *crap* він нібито знецінює захоплення Фібі езотерикою, але робить це дружньо, підморгуючи – і Фібі відповідає теж жартом. У результаті конфлікт з Джоуї сходить нанівець: всі троє сміються, Джоуї не може втримати усмішку і пробачає друга. Тут гумор спрацьовує як механізм розрядки напруги: замість продовжувати сварку, Чендлер переводить усе в жарт, звертаючись до авторитету Фібі, відомої своєю вірою в карму, але водночас кепкуючи над цим. Подібних моментів у серіалі багато. Друзі нерідко «підколюють» одне одного з приводу вад чи помилок – надмірної педантичності Моніки, наївності Джоуї, невпевненості Росса тощо – але це ніколи не руйнує їхніх взаємин. Навпаки, як зазначає Н. Цинтар, обмін емоціями (навіть негативно забарвленими) робить комунікацію природною [17, с. 71]. У даному випадку обмін жартівливими «образами» дозволяє героям виразити дрібні подразнення чи розчарування без серйозної сварки: гострі слова компенсуються сміхом і

спільним розумінням, що це не серйозно. Така манера відповідає явищу внутрішнього гумору колективу, про який пишуть дослідники гумору: всередині згуртованої групи припустимі жарти, які поза нею могли б сприйнятися як агресивні.

По-третє, у «Friends» гумор часто стає тією мовою, якою герої говорять про найважливіше – про прихильність, кохання і все те, чого інколи соромно сказати прямо. Вони рідко вибудовують урочисті зізнання. Натомість обирають жарт, легкий натяк, трохи незграбний смішок. І що цікаво: саме це робить їхні почуття переконливими, майже відчутними.

Найкраще це видно у сцені з пропозицією Чендлера (Сезон 6, серія 25). Він весь вечір удає, що шлюб його зовсім не приваблює, навіть переграє зі своїми холостяцькими жартами так завзято, що Моніка зривається на сльози. І в якийсь момент здається, що він зайшов надто далеко. Але коли Чендлер стає на коліно, все змінюється миттєво: його коротке «я жартував, бо мріяв зробити найнеочікуванішу пропозицію» раптом звучить чесніше за будь-який пафосний монолог. Це той випадок, коли в одну секунду вмістилися і сміх, і сльози. Моніка плаче від щастя, але дорікає йому: *You to-* (хоче сказати “you moron” – «ідіот»), проте не договорює, сміється і погоджується. Важлива романтична взаємодія обігрується через легкий гумор: Чендлер вибачається за *stupid joke*, Моніка відповідає ніжним жартом про те, як він її налякав, і вони обіймаються, сміючись.

У цьому й полягає сила серіалу: навіть найбільш романтичні сцени тут проходять крізь призму гумору. Росс освідчується Рейчел, перечепившись; Фібі приймає пропозицію Майка в заметі, напівжартома сварячись на мороз; а сцени сварок між Россом і Рейчел часто починаються з іронії або глузливої інтонації, перш ніж перерости в емоційний вибух. Усе це створює враження, що герої справді живуть, а не грають ролі. Їхні почуття не підняті на п'єдестал – вони кумедні, хаотичні, щирі.

По-четверте, гумор слугує не лише проявом кохання всередині пар, а й знаком того, як саме ця компанія існує разом. Майже в кожному сезоні трапляється момент, коли всі шестеро одночасно реагують на щось смішне або

дивне – і в такі миті видно, наскільки вони зціплені між собою. Хтось тільки-но вигукує *Ugly Naked Guy...*, як усі вже біля вікна, сміються, коментують, презираються (сцени з Гидким Голим Чоловіком, якого всі підглядають, повторюються у різних епізодах, стаючи груповим жартом). Або ж та знаменита сцена, коли Фібі оголошує про вагітність: спершу всі шоковано завмирають, через секунду – вигуки, обійми, сміх (Сезон 4, серія 12). Це виглядає аж надто природно, майже як реакція справжніх друзів, а не персонажів із чітко прописаним сценарієм.

У такі моменти глядачеві легко відчутти себе частиною цієї компанії. Їхній сміх ніби «підтягує» тебе всередину сцени. І це не випадковість: саме так працює комедійна емоційність ситкому. Синхронний сміх героїв запускає ланцюгову реакцію – глядач реагує так само, майже автоматично. Отже, гумор в «Friends» не тільки моделює взаємодію між самими персонажами, а й встановлює емоційний зв'язок між ними та публікою.

Водночас серіал не маскує того, що гумор буває різним. Є жарти теплі, підтримувальні, майже ніжні. Є колючі – саркастичні, з легкою «голкою» усередині. Проте навіть ці «гострі» моменти не руйнують стосунків, бо в межах дружнього кола вони набувають іншої інтонації. Сарказм Чендлера, наприклад, може зачепити, але герої знають: за ним стоїть любов, тривога чи невпевненість, а не бажання образити. І тому він сприймається м'якше, як частина їхньої мови.

Зрештою, у «Friends» гумор – це не декорація. Це спосіб говорити про почуття, які іноді страшно вимовити. Спосіб триматися разом. Спосіб проживати важкі моменти так, щоб вони не ламали, а зближували. Саме тому цей сміх, такий легкий і водночас емоційно насичений, не зникає після фінальних титрів. Він продовжує жити з глядачем – як пам'ять про те, що щирість і теплий жарт інколи говорять більше за високі слова. Наприклад, епізод, де друзі дізнаються про таємний роман Чендлера і Моніки (Сезон 5, серія 14): спочатку всі шоковані, Рейчел і Фібі навіть інсценують фальшиве залицяння до Чендлера, щоб змусити пару зізнатися. Ця гра заходить так далеко, що Чендлер, у відчаї, кричить: *All right, I love her! I love Monica!* – на що всі реагують вибухом радості та сміху.

Тобто потенційно конфліктна ситуація (друзі ображені, що від них щось приховували) вирішується через жартівливу виставу і щире емоційне зізнання. Негатив (образа на таємничість друзів) трансформується у позитив (радість за нову закохану пару) за допомогою гумористичної взаємодії. Це гарний приклад реалізації психологічної функції гумору: зняти напругу і обернути негативні емоції на позитивні

У цілому, аналіз емоційної взаємодії персонажів “Friends” засвідчує, що гумор для них – це не просто спосіб розсмішити, а спосіб спілкування. Він пронизує всі рівні їхніх стосунків: від повсякденних розмов до найважливіших подій життя. Через жарти вони висловлюють своє ставлення одне до одного, діляться переживаннями, підтримують у скруті. Як відзначає Т. Крисанова, емоції спрямовують мисленнєві процеси і визначають, які аспекти інформації сприймаються як пріоритетні [5, с. 177]. У “Friends” емоційний аспект – дружба, любов, довіра, взаємна симпатія – є пріоритетним, тому і інформація передається часто у формі жарту, а не сухого факту. Іншими словами, друзі розуміють одне одного з півслова саме тому, що спілкуються «на одній гумористичній хвилі», де кожен жарт несе в собі підтекст: «я тебе розумію», «я тебе ціную», «я злий, але все одно тебе люблю». Така емоційно-комічна комунікація є визначальною характеристикою серіалу і ключовим чинником його популярності. Глядачі відчують себе частиною цієї теплої компанії, де будь-які емоції – радість, гнів, розчарування – можуть бути проговорені і прожиті через сміх. Саме тому гумор “Friends” не старіє: він ґрунтується на вічному людському досвіді емоційної взаємодії, обгорнутому в дотепну форму.

Висновки до другого розділу

Гумор у «Friends» живе не в окремих жартівливих репліках, а в самій манері спілкування героїв. Він з’являється між словами – у тремтливій паузі, у звичному для Чендлера напівусміху, у тих кумедних вигуках, які вириваються в Рейчел, коли вона хвилюється або соромиться. Усе це створює відчуття, ніби ти

сидиш поруч у їхній вітальні й чути, як жарти виникають самі, без жодного наміру «бути смішними». Саме ця невимушеність і робить серіал таким живим.

Багато реплік смішні не самі по собі, а тому, як їх вимовляють. Часом це просто погляд Чендлера, який говорить більше за слова. Часом – типowo «фібівська» фраза, що звучить щиро й трішки дивно, але від цього лише тепліше. Рейчел може емоційно зірватися на перебільшення, Росс – намагатися пояснити щось занадто серйозно, і саме цей контраст робить сцену смішною. Кожен герой приносить у спільну динаміку свою інтонацію, свої реакції, свою маленьку «мовну реальність».

Стилістичні прийоми тут теж виглядають живими. Іронія Чендлера – це не прийом, а спосіб впоратися з напругою. Наївні вислови Фібі – це її спосіб бачити світ. Емоційні перепади Рейчел – її спосіб проговорювати свої почуття. Навіть Росс зі своєю надмірною серйозністю комічний не тому, що «так написано в сценарії», а тому, що поруч із іншими його раціональність набуває кумедного відтінку.

У результаті гумор сприймається не як вставка чи «номер», а як природна частина їхнього життя. Глядач відчуває, що ці жарти народжуються з дружби, звичок, вразливостей і всіх тих маленьких рис, які роблять людей такими різними й такими впізнаваними. Саме тому сміх у «Friends» звучить не штучно, а по-справжньому – як сміх у компанії, де тобі комфортно.

Дослідження емоційної взаємодії персонажів показує: жарт у ситкомі часто передає більше, ніж буквальне висловлювання. Сміх виконує функцію піклування – ту, що інші реалізували б через довгі розмови чи повчання. Друзі у «Friends» підтримують одне одного саме так: коротко, легко, тепло. І цього, як правило, достатньо.

У цій компанії гумор працює майже як рефлекс. Коли між героями з'являється напруга – а це трапляється частіше, ніж здається, – вони не тікають від емоцій і не замовчують їх. Вони сміються. Не щоб приховати проблему, і точно не щоб зробити вигляд, що нічого не сталося. Сміх просто знімає перше, найрізкіше відчуття. Дає можливість пережити момент без «вибуху». І коли цей

початковий «удар» проходить, говорити стає легше. Наче хтось обережно відсунув камінчик, що заважав рухатися далі.

У романтичних сюжетах гумор діє ще тонше. Він додає стосункам тепла, не роблячи їх солодкими чи надмірно серйозними. Там, де могли б бути драматичні сцени, у серіалі з'являються незграбні зізнання, тихі жарти, легке підморгування. Від цього почуття здаються звичайнішими, але й ближчими – такими, що можуть трапитися з будь-яким. І в ці малі моменти дуже чітко чути: сміх – це спосіб сказати «я з тобою», навіть якщо слова поки не знаходяться.

А ще важливо, як у серіалі звучить спільний сміх. Є сцени, де всі шестеро реагують одночасно – наче хтось натиснув загальний перемикач. І це не виглядає як зіграний ефект. Навпаки, виникає дивне відчуття реальності. Синхронні вигуки, швидкі погляди, раптовий сміх, що ніби перекочується між ними – і межа між екраном і глядачем на мить трохи відходить убік. Такі моменти створюють відчуття маленької спільноти, до якої тебе, хоч і ненадовго, теж допускають. Просто посидіти поруч і посміятися разом.

Усі ці деталі – дрібні, нерівні, часто несподівані – і створюють ту живу тканину емоцій, яку Friends тримає протягом усього серіалу. Їх не сконструювати штучно, але їх легко впізнати. Бо вони дуже людські. І в цьому, мабуть, і є головна причина, чому ці сцени досі працюють.

РОЗДІЛ 3

ПСИХОЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ СПРИЙНЯТТЯ ЕМОЦІЙ СЕРІАЛУ ГЛЯДАЧЕМ

3.1. Механізми декодування емоцій у медіатексті

Лексичний вибір і стилістичні прийоми в репліках персонажів є важливими індикаторами їхнього емоційного стану: саме через те, що герої говорять і як вони це роблять, глядач розпізнає почуття, ставлення та внутрішні наміри.

Показовим прикладом є сарказм – форма іронії, у якій буквальне значення висловлювання навмисно протилежне реальному ставленню мовця. У наведеному діалозі Емі промовляє: *You know what would be incredible? If you guys died*, – що є різкою та гіперболізованою заявою. Реакція Росса – *Thank you, Amy* – виглядає зовні як вираз подяки, проте фактично несе зворотний, саркастичний зміст (Сезон 9, серія 8). Розшифрування цього прихованого смислу відбувається завдяки контрасту між буквальним текстом і контекстом ситуації: очевидно, що Россові неприємно чути такі слова, а надмірно ввічлива форма «дякую» у недоречному контексті стає маркером непрямого висловлення емоції. Паралінгвістичні деталі – зміна виразу обличчя, пауза, вимушено бадьора інтонація – підтверджують нещирість подяки. У стенограмі зазначено, що спершу Росс реагує подивом (*huh?*), а потім удавано привітно каже *Thank you, Amy*; цей перехід від здивування до іронічної посмішки дозволяє глядачеві точно визначити, що фраза має саркастичне забарвлення.

З психолінгвістичної перспективи цей епізод чудово показує, як працює багаторівневий механізм декодування сарказму – механізм тонкий, майже багат шаровий. Спершу лягає базовий, лексичний рівень: слово «дякую» у звичайній комунікації позначає позитивну реакцію, але варто вимовити його в контексті, що не пасує змісту, – і воно миттєво «перевертається», активуючи інший, контрастний смисл. Коротке слово, а ефект – зовсім інший.

Далі вступає інтонація. Вона не просто супроводжує репліку, а створює відчуття напруги, скутості, прихованої іронії. Однієї секунди паузи достатньо, щоб глядач почув не «дякую», а «я зовсім не це маю на увазі». Інтонація, по суті, переписує значення.

Але словом і голосом справа не обмежується. Невербальні сигнали – натягнута посмішка, трохи надумана чемність, майже непомітний рух брови – підказують те, що персонаж не хоче або не може сформулювати вголос. Наче тіло говорить замість нього. У цьому напівжестовому мовленні й народжується справжня емоційна правда епізоду: легке, але чітке роздратування.

А ще є ширший – ситуативно-прагматичний – рівень. Саме він «змикає коло»: сімейний контекст, попередні взаємини персонажів, звичні ролі, які вони зайняли в цій сцені, – усе це підсилює комічний ефект. Глядач розуміє: Росс обирає сарказм не випадково, а як спосіб убезпечити себе від емоційного перевантаження. Сарказм стає своєрідним щитом.

Варто додати, що сарказм – лише один із численних механізмів емоційної гри в комедійному дискурсі. Поруч із ним працюють гіпербола, недомовленість, мовна гра, раптова зміна регістру, інтертекстуальні алюзії, іронічні «компліменти». Кожен із цих прийомів створює свій різновид напруги, своє мікросередовище гумору. Інколи смішного, а інколи – дуже промовистого.

І в цьому поєднанні – короткої репліки, вигнутої інтонації, стриманої міміки й ширшого контексту – народжується той комічно-емоційний ефект, який глядач не просто «читає», а впізнає на рівні інтуїції.

Часто персонажі навмисно порушують стилістичну норму: вживають надмірно офіційну або, навпаки, надто розмовну лексику у невідповідних ситуаціях, що викликає комічний ефект через зіткнення очікуваного й фактичного. Так, у сцені, де Росс приходить із лікарні з металевою накладкою на носі, реєстраторка каже йому з удаваною люб'язністю: *Oh, that's attractive* – іронічну репліку, в якій позитивне слово *attractive* ужите для висміювання зовнішнього вигляду. Чендлер підхоплює жарт і додає: *I thought you were great in Silence of the Lambs*, створюючи алюзію на відомий фільм і персонажа в

наморднику (Сезон 1, серія 4). Лексема *great* у цьому контексті набуває подвійного комічного змісту: зовні – комплімент, фактично – добродушна насмішка над другом.

Такі мовні прийоми можна назвати своєрідною живою тканиною комічного мовлення – гнучкою, теплою, такою, що реагує на найменший емоційний дотик. Саме вони роблять розмову між персонажами справжньою, майже побутовою, але водночас виразною й насиченою змістом. Коротке слово, несподіваний вигук, легкий натяк – і в кадрі вже з’являється мікросюжет, у якому сміх, роздратування, симпатія чи сором розташовані настільки близько, що межа між ними розмивається.

Передусім ці засоби дозволяють передавати емоції опосередковано. Не в лоб, не декларативно, а так, як це зазвичай відбувається у реальній розмові. Персонаж може іронізувати чи кинути напівжартівливе зауваження – і раптом стає очевидним, що за словами приховане набагато більше, ніж звучить у самій репліці. Цікаво, що приховують герої вони здебільшого від одне одного, а от глядач, навпаки, отримує доступ до підтексту. У цьому й полягає своєрідна насолода: ми бачимо більше, ніж дозволяє собі сказати персонаж. Саме тому ситками здаються такими живими – вони успішно імітують людську привычку маскувати почуття жартом.

Іронія, легкий сарказм, м’яка жартівлива шпилька – усе це дає героям можливість залишатися емоційно відкритими, не заходячи на територію надмірної вразливості. У будь-якій іншій ситуації могла б розгорнутися повноцінна драма, але тут її стримує одна коротка, майже невимушена фраза. Вона не знецінює переживання, не стирає його, але пропонує форму, у якій стає легше відчувати й прожити емоцію без різкого вибуху. Гумор у таких сценах не тікає від почуттів – він допомагає їх витримати, зробити їх м’якшими, ближчими до того, що зазвичай буває між людьми.

Саме тому у “Friends” навіть найделікатніші, найнапруженіші моменти не звучать як трагедія. Вони набувають майже побутового тепла: сміх тут

перетворюється на інтонацію підтримки, на спосіб сказати «я поруч», не промовляючи цього напряму.

Для ситкому це принципово. Формат не тримається на потужній дії чи на сюжетах із високими ставками; йому не потрібні масштабні конфлікти. Уся сила переходить у слово, у ритм діалогу, в ту ледь помітну паузу, де жарт ковзає по поверхні справжнього почуття й робить його доступним для сприйняття. І саме у цьому – секрет тривалої привабливості: комедія не приховує емоцій, вона просто дозволяє їм дихати в іншому темпі.

Комізм виникає не з фабули, а з підтексту – з того, що сказано і не сказано одночасно. Кожен побутовий обмін репліками приховує під собою цілий спектр емоцій: невпевненість, ніжність, збентеження, бажання не показати свої слабкості. І саме в цьому тонкому русі між словом і емоцією народжується ефект життєвості. Те саме відчуття, через яке глядач сміється – і в ту ж мить упізнає себе.

Стилістичні зрушення відкривають характери. У них оживає спосіб мислення героя, його швидкість реакції, навіть темперамент. Один персонаж кидає різкий сарказм – і ми вже розуміємо його потребу в дистанції, у броні. Гру слів персонажі використовують з різних причин. Інколи – просто так.

Але найчастіше вона виникає як спосіб змістити фокус репліки, зробити її дотепнішою, надати їй тієї рухливості, завдяки якій мовлення набуває несподіваних відтінків. І саме в ці моменти, коли за простим словом раптом відкривається другий план, стає помітно, що структура висловлювання – не випадкова. Бо інакше було б і не так ефектно, і не так промовисто.

Проте не лише характеристика персонажа залежить від цих прийомів; залежить і характер сприймання, який формується в аудиторії. Адже коли глядач, що уважно стежить за сценою, раптом упізнає алюзію, або – що трапляється не рідше – інтонаційний натяк, зчитаний ним миттєво, хоча не проговорений жодною з дійових осіб, виникає відчуття, особливо сильне у комедійних жанрах, спільного розуміння. І це відчуття, що народжується з короткої паузи або з майже непомітної зміни голосу, створює ефект присутності. Так з'являється сміх. А сміх

як відповідь на впізнавання, на причетність, на включеність у спільний простір значень, де репліка героїв і реакція глядача вже не існують окремо.

І саме тому ситком – хоча за формою він комедія – функціонує як складна система взаємодії, у якій кожен прийом, від гри слів до алюзії, не лише створює гумор, а й підтримує ту тонку мережу смислів, завдяки якій глядач відчуває себе частиною цього мовного простору.

Декодування емоцій у таких текстах ніколи не буває одноканальним. Слова – лише початок. Глядач одночасно розглядає інтонацію, жести, напругу в плечах, затримку погляду, мікропаузу між двома фразами, а також те, що відбувається у сцені навколо. Якщо всі ці сигнали збігаються, емоційний зміст читається легко. Але якщо виникає суперечність – скажімо, мелодія голосу суперечить змісту – починається більш глибока робота інтерпретації. Ми звертаємося до власного досвіду, до нашого знання персонажів, до того, що вже назбиралося за попередні сцени. І в цей момент народжується сміх: саме на межі між словом і тоном, між прямим повідомленням і прихованим натяком.

Комічна сцена в такому виконанні перетворюється на маленьку інтелектуально-емоційну гру. А сміх – це її розв'язання.

У межах ситкому, де конфлікт майже завжди розряджається через жарт, такі засоби, як сарказм, гіпербола, іронічний коментар або гра інтонацій, стають основними способами емоційного самовираження. Вони дозволяють висловити образу, розчарування чи злість, не порушуючи комічного балансу й не руйнуючи тонкої емоційної гармонії між героями. У цьому полягає сила гумору – він не приглушує емоцій, а перетворює їх на мову, зрозумілу для всіх учасників комунікації [53, с. 476].

Окреме значення у системі передачі емоцій мають інтонація та паузи – найважливіші паралінгвістичні сигнали, без яких комедійний ефект часто втрачається. На відміну від письмового тексту, де читач взаємодіє лише з вербальним рівнем, аудіовізуальний формат ситкому відкриває додатковий вимір сприйняття. У кожній репліці звучить не лише зміст, а й емоційний ритм: висота

тону, гучність, темп, мелодика мовлення, паузи, ритміка фраз. Ці характеристики працюють як невербальні підказки, які спрямовують інтерпретацію глядача [64].

Інтонаційні патерни створюють особливу «музику» комедійного спілкування, у якій навіть найзвичайніша фраза може набути нового сенсу. Саме через ці нюанси “Friends” зберігає свою емоційну достовірність і після десятиліть залишається впізнаваним і близьким для глядачів різних поколінь. Сміх тут народжується не лише зі слів, а з інтонацій, пауз і тембру голосу, які передають справжній людський досвід – щирий, непередбачуваний і завжди емоційно насичений [62].

Показовим прикладом є сцена в лікарні, де Росс зізнається друзям у делікатній подробиці зі свого минулого. Чендлер, звично жартуючи, привертає до цього моменту зайву увагу. Діалог розгортається так:

Chandler: “Could I get some painkillers over here, please?”

Joey: “So you slept with her for the first time, so what?”

Ross: “Look, it's just a little more complicated...”

Chandler: “What is it? That she left you? That she likes women?... ”

Ross: “Little louder, okay, I think there's a man on the twelfth floor in a coma that didn't quite hear you...”

Chandler: “Then what?”

Ross: “My first time with Carol was... (mumbles)”

Joey: “What?”

Ross: “It was my first time.”

У цій сцені інтонація говорить за Росса виразніше, ніж самі слова. Спочатку його голос наче зібраний, майже врівноважений (Сезон 1, серія 4). Проте цей спокій тріщить по швах: у мелодиці фрази чути легке тремтіння, а мікропаузи видають стримане роздратування. Коли він промовляє *Little louder...*, голос звучить майже лагідно – але в «майже» й криється суть. Бо інтонація не підтверджує ввічливість, а тонко її підважує. Слово *little* набуває різкого логічного наголосу, і подяка обертається на докір. Так працює інтонаційна іронія:

її не потрібно пояснювати, вона чутна на рівні інстинкту. Глядач упізнає її з першої секунди.

Поруч – Чендлер. Його поведінка рухається у зовсім іншому ритмі. Він говорить надто голосно, надто енергійно, ніби «вибухає» кожною реплікою. Це притаманна йому манера – підкреслено гіперболізована, майже театральна. І саме тому вона смішить. Його гучність не читається як напад; радше як дружня необережність, яка мимоволі збільшує ніяковість Росса. Два інтонаційні світи – один стриманий до болю, другий надмірно експресивний – зустрічаються в кадрі й створюють той самий комічний контраст, на якому тримається сцена. Це момент, коли тон, а не текст, працює як головний драматургійний інструмент.

Усе зупиняється, коли Росс нарешті вимовляє *It was my first time*. Дуже тихо. Ремарка (*mumbles*) у сценарії – не технічна деталь, а ключ: герой ніби ховає слова всередині себе, вимовляє їх напівшепотом, із затримкою перед фразою, яка видає соромливе вагання. Тут важливе буквально все: знижена гучність, затримка дихання, непевна артикуляція. Глядач відчуває не тільки зміст зізнання – він відчуває шлях, який Росс долає, перш ніж зізнатись.

Далі – тиша. Коротка, але наповнена. Друзі завмирають, погляд у них мимоволі м'якшає. А потім пролунає просте: *What?* Наче вони не вірять, що почули саме це. Пауза між зізнанням і запитанням працює як емоційний міст: сцена переходить від гумору до співчуття, від сміху – до розуміння. Саме пауза, а не слова, створює той теплий, майже людський злам тональності.

З психолінгвістичного погляду ця сцена показує дуже просту річ: пауза – це не порожнеча. Це момент, коли слово бере вдих. І коли персонаж теж. Вона може бути короткою, майже непомітною, а може – зависнути так, що глядач сам починає нервувати. Пауза має температуру, вагу й навіть свою мікродраму. Її складно не відчутти.

Приклад із *Drop the towel!* – ідеальний. Усі збуджено підскандовують, напруга наростає, а потім – бац, рушник падає. І настає тиша. Густа, смішна, трохи збентежена. За нею тягнеться довге *wow...*, у якому чути все: шок, захват, навіть легку провину за те, що вони радіють такому видовищу (Сезон 1, серія 4).

Цей момент працює саме тому, що слова відступають убік, залишаючи емоціям «ефір».

Інтонація – теж частина цієї гри. Або, точніше, її інструментальний супровід. Тихий голос? Це невпевненість. Прискорений темп – пригнічена паніка або збудження. Затяжна пауза – знак, що герой або збирається з духом, або обробляє почуте. Ми вміємо це зчитувати без будь-яких теорій. На інтуїції.

Разом паузи, наголоси, мелодика створюють другий шар комунікації – той, що не лежить на поверхні. Завдяки йому сцена не здається механічною, а репліки – «згенерованими». У цих дрібних зупинках і зміні тону народжується щось дуже людське: сором, смішливість, розгубленість, раптове тепло. І саме через це комічні сцени з “Friends” так легко впізнати й так складно забути

Інтонація й пауза в аудіовізуальному мовленні – це щось значно більше, ніж технічні прийоми. Вони працюють як внутрішня музика сцени. Іноді – тихо. Іноді – з напругою. Але завжди так, що глядач відчуває: за словами стоїть жива людина, зі своїм настроєм, сумнівами й маленькими емоційними «зламами». Без цього епізод був би плоским, прохідним, майже механічним. А з цими нюансами – він дихає.

Інтонація задає тон – м’який, різкуватий, іронічний, невпевнений. Те саме коротке речення може звучати по-різному, наче змінює маски просто у процесі вимови. Пауза, зі свого боку, додає простору. У ній є щось майже фізичне: вона ніби затримує подих сцени. Глядач відчуває цю затримку – і в цю мить може виникнути все що завгодно: сміх, здивування, збентеження.

Прагматичний пласт доповнює цю звукову виразність. Герої часто говорять одне, але мають на увазі інше; приховують почуття за жартами; зумисне змінюють тон, щоб зняти напругу або, навпаки, підкреслити її. Це їхня манера взаємодіяти – трохи граючи, трохи маскуючися.

Ілюстрація прагматичного ходу – сцена з лікарняної рецепції, де Чендлер, замість прямої скарги, інсценує сценку примирення з реєстраторкою. Початкове питання Чендлера про пріоритет у прийомі переходить у театралізовану зверхню гру: він називає реєстраторку по імені й у манері закоханого просить не

сердитися, ніби між ними було романтичне непорозуміння. На вербальному рівні його слова адресовані Дорі як «коханій», але в ситуативному контексті немає реального романтичного зв'язку; отже, відбувається прагматичний зсув – переміщення смислу від буквального звертання до перформативної стратегії, мета якої – привернути увагу аудиторії, розрядити напругу й отримати поступку (Сезон 1, серія 4).

Перший рівень – прагматичний. Чендлер формулює репліку з очевидною двозначністю. Він і не приховує, що це жарт – але й не каже цього вголос. Уся репліка, з її легкою несерйозністю, розрахована на спільне розуміння: і Дора, і глядач мають «почути» не пряме значення слів, а приховану посмішку. Це його звична манера – говорити не про те, що відчуває, а про те, як можна це обіграти. Тому комізм народжується там, де очікують серйозності, але натомість отримують легкий, майже домашній жарт. Ця невідповідність і забезпечує відчуття живого, а не механічного гумору.

Другий рівень – перформативний. Чендлер вдається до мовних інтонацій, характерних для близьких стосунків: трохи ніжності, трохи вибачення, трохи м'якої турботи. Проте контекст усього цього не потребує. І саме в цьому криється гумор. Він бере звичні формули, переносить їх у зовсім іншу ситуацію й наче повертає назовні їхню комічну суть. Це спосіб говорити про свої емоції так, щоб вони не здавалися надто прямими. Спосіб дистанціюватися – і водночас не зникнути з емоційного простору сцени. І тому момент звучить не фальшиво, а напрочуд по-людськи.

Параестетичний, або просодичний, рівень охоплює все, що робить голос: тон, мелодику, паузи, зітхання й легкі емоційні зсуви, які разом перетворюють репліку на мікровиставу, де іронія водночас приховує й проявляє вразливість, дозволяючи герою прожити почуття м'якше й не втратити зв'язок із тим, хто його слухає.

І нарешті, четвертий рівень – соціально-когнітивний. Глядач ніколи не сприймає репліку у вакуумі. Він слухає і паралельно співставляє: «Ага, це ж Чендлер. Він завжди так говорить. Він так жартує, коли хвилюється. Він іронізує,

коли не хоче показати, що йому важко». Усе, що ми знаємо про героя, працює тут як внутрішній коментар. Тому жарт спрацьовує ще до того, як ми встигаємо усвідомити, чому саме він смішний.

Такі непрямі імплікації дають героям змогу висловити протест без агресії. Вони обирають пародію, а не конфлікт; сміх, а не ескалацію. І це знімає напругу, зберігає гідність усіх учасників сцени й водночас запускає комедійну розрядку.

З погляду теорії мовленнєвих актів це – типове використання непрямих висловлювань: акт не названо вголос, але він виконує свою функцію. Герой досягає потрібного йому ефекту, а сцена зберігає легкість і гумористичний тон. І саме завдяки цій хиткій рівновазі – між тим, що сказано, і тим, що мається на увазі – репліки Чендлера звучать так по-справжньому, так тепло й так людяно.

Комічність будується на порушенні очікування. Там, де мала би звучати формальна репліка, з'являється перебільшено ніжне звертання. У нормальному життєвому сценарії це було б дивно. У ситкомі – це сигнал: шукайте другий шар. У цій невідповідності буквального змісту й інтонації і народжується сміх. Це м'яка форма протесту, спосіб сказати: “Я незадоволений, але я зроблю це приємно”.

У серіалі є момент, який дуже прозоро показує, як працюють емоційні маніпуляції в комедійних сценах. Під час процедури анулювання шлюбу Рейчел раптом починає висувати проти Росса дивовижні, гіперболізовані звинувачення – то він нібито «нестабільний», то має якісь залежності. Очевидно, що все це штучно перебільшено. Та коли суддя починає сумніватися, Рейчел різко змінює тон: сльози, схлипи, жалісний вигук *Ross, please, I found the magazines!* Усе це виглядає як демонстративна спроба витиснути потрібну реакцію, а не як щирий прояв емоцій. І Росс, і глядач миттєво це відчують – плач звучить надто виставово, навіть карикатурно.

З точки зору психолінгвістики тут спрацьовують неголосні механізми інтерпретації. Людина порівнює слова, інтонацію, міміку, манеру говорити з тим, що вже знає про персонажа і ситуацію. Коли вербальні й невербальні ознаки сходяться в єдиний сигнал, ми віримо емоції. Коли між ними з'являється розрив

– мозок одразу вмикає «сигнал підозри». У комедії це відчуття ще й підсилюється режисурою: крупні плани підкреслюють перебільшеність міміки, монтаж фіксує найсмішніші моменти, реакції інших героїв додають гротеску. У результаті глядач не співчуває – він усміхається, бо бачить театральність, що навмисне «виставлена напоказ».

Реакція публіки завжди залежить від того, наскільки явно проглядається інсценування і наскільки добре вона знає того, хто «грає». Коли персонаж і без того схильний до драматичних жестів, глядач легко впізнає маніпуляцію й реагує радше сміхом, ніж співчуттям. Якщо ж у поведінці є місце для сумніву, маніпуляція може працювати тонше – інколи навіть викликати реальні емоції. Та у випадку з Рейчел усе інакше: глядач перебуває у привілейованій позиції, він бачить більше, ніж учасники сцени, тому стає своєрідним «співавтором» гумору. Щойно Рейчел вмикає надмірну емоційність, ми відчуваємо не драму, а іронію – саме завдяки тому, що розуміємо її наміри швидше, ніж персонажі в кадрі.

Комедійність у таких сценах з'являється не з фрази, а з того, як вона звучить. З того, як трошки «їде» інтонація, як усмішка вихоплюється раніше, ніж закінчується речення, як невелика пауза раптом розкриває те, що персонаж навіть не збирався озвучувати. Наче слова й жести рухаються різними траєкторіями, але в якийсь момент дивно збігаються – і з цього збігу й народжується сміх.

Глядач у цю гру входить легко. Він бачить, що сцена не претендує на повну щирість, що тут є трохи гри, трохи перебільшення, а іноді й цілком відверта маніпуляція. Але саме тому й немає відчуття обману. Навпаки – є дивне, майже домашнє порозуміння: так, вони грають, і ми бачимо це, і це окей. Це навіть додає тепла. Усі ніби згодні на невеличку умовність, яка дозволяє репліці звучати вільніше, а емоції – не так прямолінійно.

Жарт у таких моментах не «приземляється» як кульмінація. Він, скоріше, осідає в тоні. Як ледь помітний жест, який глядач підхоплює інтуїтивно. Не тому, що фраза влучна, а тому, що вся сцена ніби підказує напрям: ось тут можна усміхнутися, ось тут – відчути легке тепло між рядків.

У цьому й є сила комедійного моменту. Він не вибудовується навколо однієї лінії тексту; він складається з кількох дрібних сигналів, які разом створюють щось дуже людське – впізнаване й тому переконливе. Саме тому такі сцени не виглядають штучними: вони працюють на рівні, де важко пояснити словами, але дуже просто відчутти.

Комедійний ефект у подібних сценах виникає не з самої репліки, хоча вона, безумовно, важлива. Він виростає з того, як ця репліка «звучить» серед інших сигналів – інтонаційних, мімічних, тих, що промовляють до глядача швидше, ніж він устигне сформулювати пояснення. Ледь помітне перебільшення, зсув тону, усмішка, яка, здається, з'являється раніше за сам намір жартувати, – усе це утворює своєрідну обвідну лінію навколо тексту. І саме по ній глядач визначає, що відбувається насправді. Це не «прикраси». Це – спосіб зчитування, який у комедії майже завжди працює точніше, ніж буквальний зміст.

Глядач бачить, що персонаж трохи маніпулює (або грає, що, власне, те саме), і, що важливо, не відчуває обурення. Чому? Бо в комедії сама можливість маніпуляції входить у правила гри: не для того, щоб приховати правду, а щоб зробити її видимою. «Маніпуляція» стає мовним інструментом – не загрозою, а певною інтонаційною рамкою, у яку вписано зміст. І коли сцена пропонує цю рамку, глядач без слів погоджується: так, нам обом відомо, що тут відбувається; так, це гра, але в цій грі, хоч як парадоксально, звучить щось правдиве.

У такі моменти сміх не виглядає реакцією на жарт як на готовий продукт. Скоріш, це відповідь на пропозицію – ніби сцена робить жест, і глядач мимоволі його повторює. Сміх виринає скоріше в інтонації, ніж у змісті, у збігу ритмів між тим, що відбувається на екрані, і тим, як глядач це сприймає. Це сміх, який не відділяє, а зближує; сміх, що виникає не з дистанції, а з тих кількох секунд співналаштування.

Із цього співналаштування й постає тепла природа комедії. Бо коли репліка робить емоційний рух, а глядач його підхоплює – у точній послідовності, але кожен по-своєму – момент раптом стає людським. Жарт перестає бути холодною

конструкцією; він набуває рис взаємності, тихої згоди на спільний досвід. І саме цю спільність глядач помічає швидше за будь-яку техніку сценарію.

Щоб зрозуміти, де в сцені звучить щирість, а де – лише умовна гра, глядач мимоволі починає помічати не слова насамперед, а те, що відбувається до й після них. Інтонаційний сплеск, який не завжди співпадає зі змістом; погляд, що на мить ніби зависає у повітрі; пауза, яку важко пояснити логічно, але легко – інтуїтивно; реакція іншого героя, яка з'являється раніше, ніж він встигає щось сформулювати. Усе це вибудовує певний контур сцени, таку собі рамку, від якої слова лише відштовхуються. А на тлі пам'яті про попередні епізоди – про характер, манеру говорити, навіть про типову незграбність у поведінці – ця рамка починає читатися ніби сама собою. Так глядач розуміє: ось тут справжнє, а ось – легка стилізована гра, у межах якої герой відчувається цілком вільно.

Комедійний ефект постає не стільки з тексту, скільки з такої багат шарової читабельності. Ледь помітне перебільшення, зміщення тону, усмішка, що виникає напіввипадково, – це не прикраси, а частина механізму взаєморозуміння між сценою й аудиторією. Глядач бачить маніпуляцію й легко її приймає: тому що в цьому форматі «маніпуляція» стає мовним інструментом, а не порушенням довіри. Комедія фактично пропонує просту, але важливу згоду – ми всі розуміємо, що це гра, однак у ній є щось людське, що робить жарт не холодним, а теплим. І саме в такі моменти сміх звучить не як відсторонена реакція, а як підхоплення інтонації, яку сцена подає майже жестом.

Невербальна площина тільки підсилює цю динаміку. Персонаж може мовчати – і це мовчання, у певних епізодах, промовляє більше за будь-яке пояснення. Тремтіння голосу, яке герой намагається приховати жартом; погляд убік, що раптом видає хвилювання; короткий, ніби незручний рух плечей; обійми, які з'являються не тому, що ситуація того вимагає, а тому, що в іншого героя не знайшлося точніших засобів висловити підтримку. Такі деталі важко сконструювати механічно, і саме тому вони сприймаються як реальні.

У “Friends” ці мікрорухи – піднята брова, нетерпляче, трохи затяжне зітхання, той самий «кривий» усміх, яким хтось намагається зняти напругу бодай

на секунду – вибудовують окрему, майже автономну траєкторію спілкування. Вона проходить поруч із репліками, але не дублює їх, не служить ілюстрацією до тексту; радше створює другий рівень, який глядач зчитує швидше, ніж устигне про нього подумати. Через цю додаткову, майже непомітну лінію – той рівень, де працюють не слова, а мікроруки й інтонаційні зсуви – серіал утримує відчуття живості. Епізоди не виглядають механічними чи надмірно згладженими; у них завжди залишається трохи «шуму» людської поведінки. Саме того імпульсивного, нерівного, часом незграбного, яке ми без вагань впізнаємо в собі.

Завдяки цьому гумор перестає бути технікою з фіксованим набором прийомів. Він не працює як схема. Він переходить у простір впізнаваного: у те, що трапляється між людьми щодня – коли хтось намагається видаватися впевненішим, ніж є насправді, або коли в поведінці раптом проривається щось неочікуване й дуже щире. Саме в цих дрібних порушеннях ритму, у мимовільних реакціях, про які ніхто не домовлявся, і з’являється особливе тепло сцени.

Це тепло не витісняє комічного, але й не ховається за ним. Воно ніби супроводжує жарт, роблячи сміх близьким, майже домашнім. Не глядацькою реакцією на технічно правильно подану репліку, а відповіддю на щось людське – те, що промайнуло в інтонації чи русі й раптом зробило сцену трішки правдивішою.

Яскравий приклад – сцена з фразою Росса Thank you, Amy. На рівні тексту це проста подяка. Але те, як саме він її каже, повністю змінює зміст. Перед реплікою Росс широко відкриває очі – у цій миті читається і здивування, і внутрішній протест, і легке обурення. Далі – усмішка. Вона надто натягнута, занадто постановочна, щоб бути щирою. І глядач одразу «ловить» сигнал: це сарказм, тонкий і точний. Не треба жодних пояснень – все зрозуміло з перших секунд.

Такі маленькі мікровирази стають ключем до емоції. Вони тривають мить, але визначають увесь тон сцени. Глядач реагує легко: усміхається, бо впізнає знайому ситуацію. Слова говорять одне, обличчя – інше, і саме ця невідповідність

викликає сміх. Це той особливий тип гумору, який не вигадати штучно – він народжується з дуже точного спостереження за людською поведінкою.

Жести теж багато говорять. Вони здатні «підтримати» слова, а інколи й перекреслити їх. Опущені очі, м'які рухи, згорблені плечі часто вказують на провину чи сором. Напружені руки, різкі рухи, прямий погляд – на злість або захист. Коли Фібі вигукує *Hey, that's not for you, bitch!* і в ту ж мить накриває рот рукою, її жест каже все: і каяття, і збентеженість, і чиєсь внутрішнє «ой» (Сезон 1, серія 4). Ця реакція смішна саме тому, що ми впізнаємо в ній щось справжнє і людське: повну непідготовленість до власних емоцій.

У “Friends” найбільше говорить не текст, а те, що вислизає поміж реплік. Кривий усміх, збитий подих, погляд убік – дрібниці, які не задумувалися як частина жарту, але саме вони тримають увагу. У цих рухах відчувається не техніка, а людина, яка намагається впоратися з емоцією й робить це по-своєму, не завжди вдало.

Через ці маленькі жести серіал ніби оживає на очах. Сцени не здаються зібраними за лекалом – у них є та нерівність, що буває лише в реальних взаємодіях. Та сама дрібна неузгодженість між словом і рухом, між наміром і тим, як інтонація раптом зраджує емоцію. І саме ця невеличка «похибка» робить епізод правдивим.

Гумор у таких моментах не тримається на точному формулюванні. Він з'являється тому, що глядач упізнає щось дуже людське: ніяковість, вагання, ту мить, коли персонаж намагається приховати почуття, але ті все одно просочуються крізь найменший рух. Іноді достатньо одного поруху – навіть невиразного – щоб зрозуміти цілу емоційну ситуацію без жодних пояснень.

У цих дрібних сигналах комедія раптом відкриває інший шар. Вона перестає бути просто розвагою. Вона показує, наскільки тонко переплітаються сміх і тепло, і як легко одна мить – жест, пауза, погляд – може зробити сцену ближчою. Такою, яку не просто дивишся, а відчуваєш.

Один дотик, легкі обійми, уважний, майже прохальний погляд – ці прості рухи говорять набагато щиріше, ніж будь-які слова. У сцені з Монікою й

Чендлером це відчувається дуже чітко. Моніка зривається на сльози, просить: Please... please, we are so close, і в наступну мить обіймає Чендлера. Ремарка They hug ніби ставить крапку в емоційному напруженні: сказано все, що треба. Ці обійми стають знаком примирення, крихкою надією, нею ж дихає і голос Моніки, і її жест. Глядач не просто бачить сцену – він відчуває її. Співпереживає в той самий момент, ніби опиняється поруч.

Психолінгвістика пояснює це досить просто: ми рідко розуміємо емоції лише за словами. Слово дає загальне значення. Інтонація додає до нього настрій. Пауза іноді говорить за персонажа краще, ніж будь-яке його слово. Це не просто момент тиші – це місце, де раптом виринає те, що він не сказав. А потім починають діяти дрібниці, майже непомітні: погляд, який мимоволі з'їжджає вбік; плечі, що опускаються, ніби людина зненацька втомилася; голова, нахилена на мить – і от уже емоція читається зовсім інакше. Усе це не декорації. Це й є те, що визначає, як ми зрозуміємо сцену.

Бо щойно слово і жест ідуть в одному напрямку – нам легко. Ми віримо. Але варто їм розійтися хоч трішки, і погляд глядача одразу падає на деталі. Ми починаємо бачити те, що персонаж приховує: невпевненість за сміхом, втому за жартом, образу під легкою інтонацією. У ситкомі таке трапляється постійно. І той, хто уважний, легко помічає ці зсуви – де герої справді радіють, а де лише заграють із власною вразливістю.

Інколи саме невербальні дрібниці керують сценою. Коротка пауза здатна створити напруження, яке текст сам по собі не витримав би. Довший погляд – підказати ніжність, яку персонаж ще не готовий озвучити. Плавний рух руки – додати серйозності. Різкий жест – повернути нас у гумор. І глядач рухається разом із цим ритмом, навіть якщо спочатку не помічає, що реагує саме на нього.

Тому невербальні сигнали – це не просто «фон». Це повноцінний сенсовий шар. Саме завдяки ним видно те, що не вимовлено: сумнів, невпевненість, приховану ніжність, навіть трохи сорому. Без цього всього сцена була б рівніша, правильніша, але значно менш жива. І, зрештою, менш чесна.

Коли камера затримує увагу на певному русі – на погляді, що різко змінюється, на стиснутій руці, на легкому тремтінні губ – глядач перестає бути нейтральним спостерігачем. Він включається в емоційний простір сцени. Один короткий рух може посилити драматизм, інший – навпаки, нейтралізувати напруження. І саме тому невербальні деталі не можна розглядати як декоративні: вони визначають, як саме буде зчитано емоційний тон моменту.

Сила цього механізму стає зрозумілою, якщо розглянути взаємодію кількох комунікативних каналів. Слово задає смислову рамку. Інтонація модулює емоційний настрій. Контекст допомагає зрозуміти логіку ситуації. Але саме невербальні маркери виконують уточнювальну функцію: вони показують, чи відповідає поведінка персонажа тому, що він говорить, чи, навпаки, суперечить його словам. Глядач покладається на цю взаємодію інтуїтивно.

Коли всі канали узгоджуються, інтерпретація здається очевидною. Сцена читається без додаткових зусиль, а щирість персонажа не викликає сумнівів. Але коли вербальні й невербальні сигнали не збігаються, глядач переходить у режим активного аналізу. Він починає шукати додаткові підказки – у паузах, у жестах, у поглядах. У своєму попередньому знанні про характер героя. У тому, як він реагував у схожих ситуаціях раніше. І це природно, адже аудіовізуальний текст постійно працює з багаторівневими сигналами.

Комедійний жанр особливо часто використовує таку багатозначність. Жарт може звучати легко, але при цьому супроводжуватись жестом, що видає тривогу. Усмішка може бути натягнутою, нещирою, і це змінює сприйняття репліки. Пауза, яка триває на крихту довше, може показати невпевненість, а різкий жест – приховану образу. Саме тому невербальні деталі в комедії виконують важливу роль: вони допомагають зрозуміти, де персонажі справді веселяться, а де – приховують емоційний дискомфорт.

Не менш важливо, що невербальні маркери формують ритм сцени. Плавні рухи можуть сповільнити темп і створити атмосферу довіри. Раптові, різкі дії – пришвидшити. Довгий погляд додає емоційної напруги. Швидкий жест здатен розрядити ситуацію й викликати сміх. Так вибудовується своєрідна «емоційна

партитура» аудіовізуального твору, у якій кожен компонент – слово, інтонація, жест, пауза – виконує свою функцію.

У цьому і полягає сила психолінгвістичного підходу: він дозволяє побачити, що комедія – це не лише набір дотепних реплік. Це складна система комунікації, де кожен невербальний елемент має власну семантичну вагу. Жести, погляди й навіть мовчання стають повноцінними носіями змісту. А глядач, реагуючи на них, не просто стежить за дією, а бере участь у процесі її тлумачення.

3.2. Ефект емпатії та вплив гумору на емоційне сприйняття

Емпатія глядача виникає не лише через сюжет. Вона формується завдяки тому, як працює наш мозок і як ми звикли реагувати на емоції інших людей. Одним із ключових пояснень цього феномена є робота дзеркальних нейронів. Це ті нейрони, які активуються однаково і тоді, коли ми виконуємо дію, і тоді, коли лише спостерігаємо її в іншого.

У прикладі зі сценами підтримки в серіалі видно, як ці механізми взаємодіють на практиці. Коли Росс обіймає Рейчел і каже *You deserve so much better than him ... you should be with a guy who knows what he has when he has you*, глядач отримує одночасно кілька синхронних сигналів (Сезон 1, серія 12). По-перше, вербальна складова – змістова підтримка й моральне підкріплення – створює когнітивну базу для симпатії до Рейчел. По-друге, паралінгвістика – м'яка, тепла інтонація Росса, його зітхання, паузи – додає емоційного забарвлення. По-третє, невербальна взаємодія – обійми, наближений погляд, позиція тіла – виступає як прямий стимул для моторної емпатії: у глядача активуються уявні відчуття дотику і розрядження напруги. У сукупності ці елементи посилюють ідентифікацію: ми не лише розуміємо біль Рейчел, ми відчуваємо його поряд з нею, і це робить сцену емоційно значущою.

Дослідники застерігають проти надмірних і прямих висновків про роль дзеркальних нейронів: хоча наявність системи, що відповідає за перцептивно-моторну симетрію, підтверджена, складність соціо-емоційної взаємодії вимагає

комбінованого пояснення, яке включає когнітивну інтерпретацію, попередній досвід спостерігача й культурні коди. Тобто нейрофізіологічні процеси створюють можливість для емпатії, але її фактична реалізація залежить від когнітивних й контекстуальних чинників [58, с. 236].

Практично це означає, що творці медіатекстів, які прагнуть викликати емпатію, працюють на кількох рівнях одночасно: вони будують правдоподібні персонажі, вкладають у діалоги смислові опори для ідентифікації, використовують акторську майстерність і режисерські техніки (близькі плани, музичні підписи, ритм монтажу) для підсилення емоційного резонансу. Для глядача ж це перетворює перегляд на інтерактивний досвід: він стає не просто спостерігачем, а учасником емоційної ситуації, яка через біологічні, когнітивні й культурні механізми породжує відгук – смуток, радість, співчуття або полегшення.

Епізод із лікарні, де Моніка та Фібі опікуються незнайомцем у комі, є одним із найяскравіших прикладів поєднання комічного тону з глибоким емпатійним змістом. Обидві героїні виявляють безкорисливу доброту: вони приносять чоловікові квіти, прикрашають палату, читають йому книги, співають пісні, немовби піклуючись про близьку людину. У цей момент глядач не просто спостерігає сцену – він залучений емоційно, адже вчинки Моніки й Фібі викликають почуття ніжності, турботи, співчуття. Через них серіал передає універсальне прагнення людини бути почутою й потрібною, навіть якщо адресат турботи цього не усвідомлює.

Коли ж чоловік нарешті прокидається, перше, що він каже, звучить відсторонено й байдуже: *So. I guess I'll see you around.* Ця коротка, буденна фраза руйнує очікування героїнь – вони розгублені, зніяковілі, навіть розчаровані. У відповідь Моніка емоційно вигукує: *We give, and we give, and we give. And then we just get nothing back!*, на що Фібі, у властивій їй іронічній манері, додає: *We thought he was different... but maybe it was the coma.* Глядач, який до того моменту співпереживав їм, відчуває суміш співчуття й легкої посмішки. Ситуація водночас комічна й щемка: вона показує, як добрі наміри не завжди приносять

очікуваний результат, проте не втрачають свої цінності. Такий баланс гумору й розчарування створює ефект «емоційного маятника» – типовий прийом для серіалу, що робить емпатію до героїв глибшою та людянішою.

Не менш промовистою є сцена дружньої підтримки між Джої та Россом. Після розлучення Росс почувається спустошеним і самотнім, а Джої приходить не зі словами втіхи, а з простим жестом – приносить хокейні квитки й щиро каже: *We love you, man* (Сезон 1, серія 4). Росс ніяковіє, нагадує, що його день народження минув сім місяців тому, але Джої лише безтурботно усміхається, і ситуація набуває глибшого змісту: головне – не привід, а увага. Поцілунок Джої в щоку, який у звичайному контексті міг би здатися комічним, тут сприймається як щирий прояв турботи. Для глядача цей момент стає символом справжньої дружби, що не потребує зайвих слів. Саме через такі дрібні, щирі жести формується парасоціальна емпатія – коли аудиторія починає відчувати, що теж є частиною цього дружнього кола, «сьомим другом», який співпереживає разом з героями.

Особливо глибокий емоційний ефект справляють трагікомічні епізоди, у яких гумор переплітається з темою втрати. Сцена смерті бабусі Росса й Моніки – Нани – починається з теплих, ностальгійних спогадів родини: вони говорять про її звички, сміються з того, як вона «крала» м'ятні цукерки з ресторанів, і ця невимушена атмосфера родинного гумору створює ілюзію буденності. Але коли персонажі заходять до палати й бачать Нану нерухомою, настрій різко змінюється. Моніка тихо цілує бабусю в чоло, прощаючись, але раптом старенька ворухиться, й уся родина злякано вибігає, не розуміючи, що сталося. Росс, збентежений і розгублений, каже: *She's not past, she's present... she's back*. Цей момент балансує між трагедією й фарсом, поки медсестра вдруге констатує смерть, додаючи: *This almost never happens* (Сезон 1, серія 8). Така сцена спонукає глядача до емоційного катарсису: сум змішується зі сміхом, страх – із полегшенням, а головне почуття, яке залишається, – глибока людяність.

Продовження епізоду на цвинтарі перетворює трагедію на комедію, але не з метою висміювання, а для психологічного розвантаження глядача. Росс,

зосереджений на власних роздумах про сенс життя, не помічає, куди йде, і раптом провалюється у відкриту могилу. Його вигук *I'm fine. Just... having my worst fear realised...* – водночас кумедний і сумний. У цій незграбності – вся людська вразливість. Сцена завершується ще однією хвилиною гумору: Фібі оглядає його, діагностуючи «м'язовий спазм», а мама Росса з материнською турботою передає таблетки. Згодом, під дією ліків, Росс починає обіймати всіх друзів і каже Чендлеру: *If you wanna be gay, be gay. Doesn't matter to me.* У цій фразі – беззастережне прийняття, відсутність упереджень, просте людське тепло.

Комічне тут не зменшує трагізму, а навпаки, допомагає глядачеві прожити складні емоції без болю, з полегшенням. Гумор виступає способом емоційного захисту, а разом із тим – засобом глибшої емпатії. Ми не просто спостерігаємо за персонажами, ми «дихаємо» з ними в одному ритмі, реагуємо на ті самі ситуації сміхом і сльозами. Саме тому глядач серіалу не залишається байдужим – він співпереживає героям як реальним людям, адже їхня поведінка, реакції й почуття здаються справжніми, близькими й упізнаваними.

Психолінгвістичні дослідження свідчать, що сміх має як фізіологічні, так і психологічні наслідки: він знижує рівень стресу, тривожності, гніву, сприяє розслабленню та відновленню емоційної рівноваги. Сміх стимулює вироблення ендорфінів – так званих «гормонів щастя», які підвищують відчуття задоволення та покращують самоприйняття [58, с. 252]. Водночас спільний сміх має потужний соціальний ефект: коли люди сміються разом, між ними виникає почуття довіри, безпеки та єдності [63, с. 151]. Саме тому у форматі ситуаційної комедії гумор виконує не лише розважальну, а й терапевтичну функцію – він допомагає глядачеві проживати складні емоції м'яко, без болю, перетворюючи потенційно драматичні події на джерело спільного сміху.

У “Friends” гумор не просто розважає – він створює відчуття, що ти всередині цієї компанії. Коли герої потрапляють у чергову безглузду ситуацію, дратуються через дрібниці чи переживають щось важливе, але все одно знаходять сили пожартувати, глядач реагує майже так само, як реагував би поруч у кімнаті.

Сміх тут працює як місток: він зближує, заспокоює, робить персонажів зрозумілішими і теплішими.

Багато жартів у серіалі народжуються з дрібниць – інтонації, погляду, паузи, реакції іншого героя. Часто сама фраза може бути доволі звичайною, але подана так, що в ній одразу чути приховану іронію або легке здивування. Через це сцени звучать природно: немає відчуття, що гумор «прибрали з полиці». Він виникає з характерів, зі стосунків, з того, як герої звикли одне одного підколювати або підтримувати.

Саме ця невимушеність робить серіал таким близьким. Ми сміємося не тому, що ситуація ідеально побудована, а тому, що в ній упізнаємо себе – ті моменти, коли намагаєшся зберегти гідність у дурній ситуації, коли ревнуєш без вагомої причини, коли нервуєш і намагаєшся приховати це жартом. «Друзі» дуже точно ловлять ці емоції й показують їх без зайвої драми – просто, тепло, по-людськи.

Глядач у цій динаміці стає майже співрозмовником. Ти вловлюєш натяк у голосі, розумієш, чому герой відповів саме так, бачиш у його усмішці те, що він не сказав уголос. І це створює відчуття причетності. Ніби ти не просто дивишся серіал, а проживаєш разом із персонажами кожен дрібничок – від невдалих жартів до щирих моментів тепла.

У типовій сцені лікарняного очікування Росс, втомлений і нетерплячий, звертається до медсестри з питанням про чергу. Її коротка відповідь – *Any minute now* – звучить різко, з ледь помітною інтонацією сарказму. Буквальне значення – «будь-якої хвилини», але інтонація й контекст натякають на протилежне: чекати доведеться ще довго (Сезон 1, серія 4). Глядач відчуває цю іронію миттєво, впізнаючи типову соціальну ситуацію, де формальна ввічливість приховує роздратування. Отже, гумор виникає не зі слів як таких, а з інтонаційного підтексту – з невідповідності між мовленнєвою формою і наміром.

У тій самій серії Чендлер, намагаючись привернути увагу працівниці реєстратури, імпровізує сцену у стилі мелодрами. Зробивши вигляд, що між ними відбувається «розрив стосунків», він емоційно звертається до неї: *Oh, c'mon,*

Dora, don't be mad... I know we both said some things we didn't mean, but that doesn't mean we still don't love each other. Потім, звертаючись до присутніх у залі, додає з театральною скорботою: *I feel like I've lost her.* Глядач миттєво усвідомлює комічну невідповідність: «Дора» – це не його кохана, а адміністраторка, яка просто не поспішає оформлювати документи. Саме контраст між надмірною емоційністю та побутовим контекстом створює ефект комічності. У цьому проявляється класична риса словесного гумору – «подвійний код», коли репліка одночасно має буквальний і прихований комічний зміст, доступний уважному глядачеві.

Іронія в серіалі часто спирається на поєднання ніжності й сарказму, що робить жарти людяними, теплими. Наприклад, коли Росс і Моніка згадують про свою бабусю Нану, вони описують її любов до *fuzzy mints* і *Sweet'n Lo's* – дрібних цукрозамінників, які вона «позичала» з ресторанів. У цих словах чується ностальгія, але й легка іронія: навіть у спогадах про смерть персонажі не втрачають здатності сміятися. Комічне тут не руйнує емоцію, а, навпаки, підсилює її – ми відчуваємо теплоту до Нани, бо герої пам'ятають її з усіма недоліками, звичками й кумедними рисами. Це приклад того, як гумор перетворює втрату на життєствердну пам'ять.

Інший прояв словесної іронії – «чорний» гумор, який подається у м'якій, невинній формі. Один із найвідоміших жартів Джої стосується його власної «омніпотентності»: коли він неправильно розчув слово, йому здається, що «втрата омніпотентності» означає смерть. Він драматично вигукує: *Oh my God, little Joey's gonna die!* Глядач миттєво розпізнає комічну помилку – замість «всемогутності» герой має на увазі сексуальну потенцію. Сміх тут народжується із поєднання дитячої безпосередності, мовного непорозуміння і контрасту між високим (науковим) терміном (*omnipotent*) і побутовим значенням (*impotent*). Така сцена водночас смішна й зворушлива: вона підкреслює наївність Джої, його людяність, а глядач, сміючись, не висміює героя, а співчуває йому.

Ситуативний гумор у серіалі— це не просто засіб розважити глядача. Це ціла система, побудована на тонких психологічних контрастах, збігах і

непорозуміннях, які водночас смішать і зворушують. Його суть – у несподіваному поєднанні обставин, коли звичне раптом обертається абсурдним, а буденне – глибоко людським. Саме ця непередбачуваність робить комедію живою: глядач не лише сміється, а й відчуває емоційне залучення, бо впізнає в подіях частинку власного досвіду.

Типовим прикладом є історія, де Росс вирішує підтримати сестру і вчиться грати на волінці для її весілля. Його наміри щирі, навіть зворушливі, але результат – катастрофічний. Замість мелодії лунає різкий, хрипкий звук, який неможливо витримати. Моніка реагує з подивом: *Why is your family Scottish?*, а Чендлер додає ще гостріше: *Why is your family Ross?* У цих репліках – уся суть серіалу: комічний контраст між добрими намірами й кумедною невдачею (Сезон 7, серія 15). Глядач сміється, але й відчуває тепло – адже за абсурдом стоїть справжня турбота. Росс щиро хоче допомогти, навіть якщо виходить смішно, і саме це викликає симпатію.

Інша сцена показує, як гумор може миттєво змінити атмосферу – зі сварки до спільного сміху. На День подяки герої сперечаються через зіпсовану вечерю, але все перериває Фібі, яка вигукує: *Ugly Naked Guy's taking his turkey out of the oven... he's not alone!* Усі забувають про суперечку, кидаються до вікна, аплодують, вигукуючи: *All right, Ugly Naked Guy!* (Сезон 1, серія 9). І ось замість образ і роздратування – загальний сміх, відчуття тепла й єдності. Така сцена працює майже терапевтично: вона показує, як дрібниця може розрядити емоційну напругу і повернути дружнє тепло. Глядач, спостерігаючи за цим, мимоволі теж розслабляється, відчуваючи ту саму спільність – сміх як спосіб бути разом.

Ще одна емоційно насичена сцена – похоронна. Росс, засмучений і розгублений, випадково падає в могилу, промовляючи: *I'm fine. Just... having my worst fear realised...* – фраза, у якій сміх і страх переплітаються. Фібі, не втрачаючи оптимізму, коментує ситуацію як лікар, а його мати пропонує таблетки «від гольфових травм». Під дією ліків Росс стає напрочуд ніжним і щирим, обіймає друзів, навіть Чендлера, кажучи: *If you wanna be gay, be gay. Doesn't*

matter to me. У цій комбінації абсурду, тілесності й раптової відвертості народжується сміх, але разом із ним – співчуття. Глядач не просто сміється з героя, а разом із ним переживає його невпевненість і бажання бути прийнятим.

Загалом, ситуативний гумор виконує подвійну функцію. З одного боку, він розважає – створює несподівані, гротескові ситуації, де абсурд стає джерелом сміху. Але з іншого – він формує глибокий емоційний зв'язок. Ми сміємося не лише з героїв, а разом із ними, співпереживаючи, впізнаючи власні слабкості у їхніх невдачах. Саме тому кожна комічна сцена у серіалі водночас проста й психологічно тонка: за дотепністю завжди стоїть щось людське.

Цей гумор працює як інструмент емпатії. Він не роз'єднує, а об'єднує. Глядач відчувається «сьомим другом» – учасником компанії, який знає всі жарти, розуміє натяки й відчуває, що належить до цього теплого, недосконалого, але щирого світу. Саме тому серіал не просто змушує сміятися – він вчить співчувати.

Окремий різновид комізму – парадоксальний гумор – ґрунтується на суперечності між змістом і формою, очікуванням і результатом. Це коли персонаж говорить щось серйозне, але звучить це так, що неможливо не усміхнутися. Або коли ситуація настільки абсурдна, що межує з трагічним, але саме в цій межовості народжується найтепліший сміх. Такий гумор особливо ефективний у трагікомічних епізодах: він дозволяє глядачеві одночасно сміятися й відчувати, не розриваючи ці два стани.

Парадоксальний гумор— це, по суті, емоційний баланс між сміхом і болем. Він показує, що комедія не знецінює серйозні теми, а допомагає їх прожити. Сміх тут – не втеча від реальності, а спосіб її прийняття.

Наприклад, після церемонії поховання Джої, який зазвичай демонструє комічну безтурботність і деяку егоцентричність, спокійно налаштовується на передматчевий огляд NFL і заявляє, що дивитиметься гру під час поминального обіду. У нормальному соціальному контексті така поведінка є недоречною, навіть шокуючою. Чендлер реагує реплікою: *You are a frightening, frightening man*, підкреслюючи парадоксальність і недоречність ситуації (Сезон 1, серія 8). Для глядача сміх виникає саме через зіткнення очікуваного (траурна атмосфера,

серйозність похорону) і реального (спокій Джої, фокус на футбольній грі). Парадокс стає джерелом комічного контрасту, який одночасно демонструє характер героя – його легковажність, індивідуальність та здатність діяти поза рамками соціальних норм.

Інший приклад парадоксального гумору пов'язаний із чорним гумором і темою смерті. Коли герої обговорюють, куди б хотіли, щоб їх поховали, містер Геллер, який зазвичай серйозно підходить до питань сімейних традицій, з ентузіазмом заявляє: *I wanna be buried at sea, it looks like fun*. Його заява сприймається як шокуюча, бо поєднує серйозну тему смерті з абсолютно недоречною оцінкою, що це «весело». Моніка, реагуючи на слова батька, додає: *...And then we throw your body in the water... Gee, that does sound fun*, повторюючи іронічний контраст між буквальним змістом і соціально прийнятною поведінкою. Гротескність ситуації і несподіваний дисонанс між очікуванням і реальністю змушує глядача одночасно задуматися і посміхнутися.

Парадоксальний гумор поєднує елементи іронії, гротеску та соціальної невідповідності, створюючи ефект подвійної реакції: глядач усвідомлює серйозність обставин, але водночас переживає задоволення від комічного протиріччя. Такі епізоди демонструють майстерність сценаристів у балансуванні емоцій, адже парадоксальна поведінка героїв не лише викликає сміх, а й підсилює емоційну залученість аудиторії, дозволяючи відчувати характер персонажів і їх взаємодію у складних чи незвичних ситуаціях. Глядач у таких сценах стає співучасником комічного процесу: він одночасно оцінює недоречність, розуміє мотиви персонажів і переживає гумор, що народжується з внутрішньої суперечності реплік та дій.

Кожен герой серіалу має власну унікальну манеру жартувати, що формує його характер і впливає на сприйняття глядачем гумору. Чендлер вирізняється сарказмом і самоіронією. Наприклад, коли його подруга Шеллі натякає, що бачила його з колегою Ловеллом, замість того, щоб обуритися або заперечувати, він відповідає: *You don't think I could get a Brian? Because I could get a Brian. Believe you me... I'm really not* (Сезон 1, серія 8). У цій репліці проявляється його

здатність висміювати власні сумніви, демонструвати легку самокритику та гнучко перетворювати потенційно незручну ситуацію на комічну.

Одним із ключових засобів викликання емоцій у серіалі є лексичний вибір, який творці використовують для підсилення комічного ефекту та передачі психологічних нюансів персонажів. Жарти часто виникають із неправильного вживання слів, буквального сприйняття виразів або свідомого перебільшення, що створює комічний контраст між очікуванням і реальною ситуацією.

Наприклад, у фінальній сцені похорону Росс перебуває під дією медикаментів, що впливають на його поведінку, і з надмірним пафосом проголошує друзям свої почуття. Він вигукує: *I love you all* і додає до Чендлера: *If you wanna be gay, be gay. Doesn't matter to me*. Використання сильних, емоційно насичених слів у контексті жарту створює ефект гіперболи, який одночасно викликає сміх і розчулення. Глядач усвідомлює, що Росс щиро виражає емоції, але перебільшена манера їх подання і невідповідність ситуації роблять сцени комічними. Ця вербальна гіпербола служить одночасно для підкреслення щирості персонажа та посилення емоційного зв'язку з аудиторією.

Інший приклад лексичного гумору пов'язаний із Рейчел і її першим досвідом сплати податків. Отримавши першу зарплатню, вона спантеличено й обурено запитує: *Who's FICA? Why's he getting all my money?* (Сезон 1, серія 4). У цій репліці аббревіатура звичайного податкового внеску сприймається як особистість, що викликає комічну невідповідність і каламбур. Глядач одночасно сміється з її буквального розуміння терміну і відчуває здивування та розчарування героїні, співпереживаючи її першим фінансовим труднощам. Такий лексичний прийом – буквальне втілення соціально-побутової незручності – дозволяє створити глибший комедійний ефект, поєднуючи гумор із психологічною правдою персонажа.

У серіалі лексичний вибір виступає не просто інструментом жарту, а багатогарбовим засобом передачі емоцій і створення подвійного коду: слова одночасно несуть буквальний та комічний зміст. Завдяки цьому глядач сміється,

співпереживає і відчуває тепло до персонажів, що робить гумор у «Друзях» ефективним засобом емоційного залучення та психологічної взаємодії.

Слова у серіалі сприймаються не ізольовано, а разом із інтонацією, темпом і паузами, які надають їм додаткового емоційного забарвлення. У поєднанні з музичною доріжкою та сміхом за кадром ці елементи вказують глядачу, коли варто сміятися, а коли – співпереживати.

Наприклад, у сцені в лікарні Росс, соромлячись, тихо дорікає Чендлеру, який голосно кричить перед усім залом: *Little louder... I think there's a man in a coma who didn't hear you* (Сезон 1, серія 4). Його тремтливий голос і пауза між словами передають сором, а глядач, відчуваючи цю інтонацію, співпереживає, хоча самі слова, поза контекстом, можуть сприйматися лише як сарказм.

Пауза у серіалі – це не просто момент тиші, а окремий комічний інструмент. Вона працює як «дихання» гумору, як коротка зупинка перед вибухом сміху. У сцені Дня подяки, коли Джої ділить сендвіч, Фібі пропонує загадати бажання. Моніка розламає свій бутерброд, Джої щасливо усміхається, і Фібі запитує: *What did you wish for?* – на мить настає тиша. Глядач завмирає разом із героями, чекаючи якоїсь сентиментальної відповіді. І саме в цей момент Джої, щиро й без натяку на іронію, каже: *The bigger half*. Пауза створює очікування, а проста відповідь – розряджає його сміхом. Це класичний приклад комічного таймінгу, коли мовчання говорить не менше, ніж слова, і водночас розкриває характер героя – наївного, прямолінійного й зворушливо щирого.

Невербальні засоби – міміка, жести, пози – у серіалі мають не менше значення, ніж репліки. У сцені після смерті Нани Росс раптом каже, що вона “померла двічі”. Фраза звучить настільки дивно й несподівано, що Моніка з мамою миттєво застигають на місці. Їхні обличчя змінюються буквально за секунду: спершу сум, потім розгубленість, а далі – той особливий погляд, коли ти не впевнений, чи можна сміятися. І вони навіть не встигають щось відповісти – момент уже говорить сам за себе. Він одночасно і гіркий, і трохи смішний. Так буває, коли напруга висить у повітрі настільки щільно, що будь-яке слово або дрібна неточність раптом стають приводом для нервового смішка. Friends показує

це без зайвих жестів, дуже чесно: у житті комічне та драматичне часто переплітаються настільки тісно, що їх важко розділити.

У серіалі таких моментів багато, і дуже часто їх створюють не слова, а жести. Обійми, дотики, навіть легкий поцілунок у щоку – це мова, яка працює без жодного пояснення. Коли Джої дізнається про квитки на хокей і від радості цілує Росса – це не гумор і не шоу, це чиста, неконтрольована емоція. Він реагує так, як реагує людина, якій дуже пощастило. А коли Рейчел переживає розлучення, Росс не пояснює їй, що все буде добре. Він просто обіймає її. Трохи незграбно, але щиро. У похоронній сцені він – уже під дією пігулок – ходить і обіймає всіх підряд, зворушено зізнаючись у любові. І це водночас смішно й дивно тепло. У цих моментах немає нічого сценічного – просто людська потреба бути ближче до своїх.

Гумор у “Friends” ніколи не б’є по героях. Він м’який, інколи трохи іронічний, але завжди зберігає людське ставлення. Коли хтось із персонажів потрапляє в незручну ситуацію, сміх глядача не спрямований проти нього. Навпаки – сміх тут працює як спосіб перепочити, зменшити напругу, подивитися на ситуацію під іншим кутом. Це той тип гумору, який не ранить, а підтримує. Він робить помилки менш болючими, а ніяковість – більш терпимою.

Сміх у серіалі – не «фоновий звук», а емоційне вивільнення. Він дає можливість відпустити те, що накопичується всередині: тривогу, сором, напруження. Коротка пауза перед жартом, зміна тону, рух бровою чи плечем – усе це працює разом. Завдяки такій суміші сцена стає не просто комедійною, а справжньою. Ми сміємося, але водночас відчуваємо, що за жартом стоїть щось знайоме: невпевненість, страх, вдячність чи потреба в теплі. Саме це й створює відчуття близькості. Серіал не приховує емоцій, а показує їх так, щоб їх було легко впізнати і прийняти. І тому виникає враження, ніби глядач і герої переживають все разом: одна компанія, один ритм, один емоційний простір.

Особливу роль відіграє самоіронія. Вона роззброює персонажів і робить їх ближчими. Чендлер – найяскравіший приклад: його жарти про власну незграбність або невпевненість завжди викликають усмішку, але за ними – щось

тепле й людяне. Коли Шеллі натякає, що бачила його з чоловіком, він відповідає: *You don't think I could get a Brian? Because I could get a Brian...* – ніби намагається довести свою привабливість (Сезон 1, серія 8). Ми сміємося, але розуміємо: це не хвалькуватість, а спроба приховати вразливість. Самоіронія робить Чендлера справжнім – недосконалим, але щирим, і тому глядач відчуває до нього не лише сміх, а й симпатію.

Психологи підтверджують: спільний сміх зміцнює соціальні зв'язки [59]. У серіалі це видно в дрібницях – у спільних жартах, ритуалах, повторюваних фразах. Вислів Джої *How you doin?*, репліка Росса *We were on a break!*, жарт про *bigger half* – усе це перетворюється на код довіри, на знаки приналежності (Сезон 1, серія 9). Для глядачів ці фрази стають майже паролями, що відкривають доступ до світу серіалу, роблять його частиною їхнього власного життя.

Психолінгвістичний аналіз серіалу показує: емпатія та гумор – не протилежні, а взаємодоповнюючі елементи. Емоційна реакція глядача формується через поєднання всіх рівнів – від слів і пауз до тону, контексту і жестів. Ми розуміємо героїв не лише розумом, а й тілом – через дзеркальні нейрони, через ефект «занурення» в історію [57]. Гумор у цьому процесі діє як енергетичний міст: він розряджає напругу, об'єднує, створює простір для безпечного співпереживання.

І саме в цьому – секрет тривалої популярності серіалу. Сміх тут не заперечує біль, а допомагає його прийняти. Комедія не ховає емоцій, а освітлює їх. У світі, де всі ми іноді відчуваємося самотніми або розгубленими, ці шість друзів нагадують: сміх і сльози не протилежні – вони йдуть поруч, створюючи справжню людяність. І, можливо, саме тому глядачі й досі відчувають себе частиною цієї компанії – сьомим другом, який завжди поруч.

Висновки до третього розділу

Декодування емоцій у медіатексті ніколи не зводиться до буквального змісту. Глядач, по суті, не просто слухає репліки персонажів – він читає їх так само, як читає живу людину поруч. Слова звучать не самі по собі: вони

вплітаються в ситуацію, характер, настрій, у все те невловиме, що ми зазвичай називаємо «контекстом». Один жест, коротка пауза, ледь помітне зниження голосу – і глядач вже вловлює щось інше, ніж проголошене вголос.

У цьому процесі невербальні сигнали працюють майже як підсвідомі дороговкази. Міміка, погляд, нахил голови, навіть розташування персонажів у кадрі – усе це наштовхує на певне емоційне прочитання. Часом саме вони «проговорюють» те, що герой не готовий вимовити словами: образу, іронічне здивування, сором або приховану симпатію. Ми інстинктивно підхоплюємо ці нюанси, тому що так само читаємо людей у реальному житті.

Стилістичні прийоми – сарказм, перебільшення, мовна гра, алюзії – підсилюють цю багатозначність. Вони створюють особливу напругу між тим, що сказано, і тим, що відчувається. Глядач уловлює цей розрив і отримує задоволення не лише від жарту, а від самого процесу «переосмислення». Момент, коли ти раптом розумієш, що саркастична репліка приховує вразливість, а абсурдний жарт – невпевненість, робить сміх теплішим, глибшим.

Насправді декодування емоцій у медіатексті – це складна, але дуже людська робота. Глядач поєднує враження від інтонації, міміки, пауз, просторової взаємодії так само природно, як і в реальному спілкуванні. Він постійно співставляє побачене зі своїм досвідом, культурними знаннями, інтуїцією. І коли всі ці шари сходяться, виникає відчуття емоційної повноти сцени.

Тому сприйняття комедії – це не пасивне «дивлюсь і сміюся». Це взаємодія, у якій глядач стає тихим співтворцем: домислює, відчуває, підхоплює найтонші психологічні сигнали. І саме завдяки цьому сміх у хорошому серіалі часто звучить глибше, ніж здається. Він не просто розважає – він відкриває людей одне одному.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження психолінгвістичних механізмів емоцій у комедійному дискурсі американського серіалу “Friends” показало, що гумор – це не просто засіб розваги, а складна форма людського спілкування, у якій тісно переплітаються мовні, когнітивні, емоційні й соціальні процеси. У межах цього феномену слово стає не лише носієм інформації, а й емоційним інструментом, здатним передавати ставлення, підтримувати контакт і створювати відчуття спільності. Саме завдяки цьому комедійний дискурс набуває глибини: за легкістю й дотепністю ховаються психологічна проникливість і щира людяність.

Отримані результати підтверджують, що емоції у мовленні не є периферійним явищем, а становлять центральний, структуро-утворювальний елемент комунікації. Вони визначають не лише інтонаційну мелодику висловлювання, а й його смислові акценти, ритм, динаміку та навіть напрям взаємодії між учасниками діалогу. Кожен емоційний відтінок – від сарказму до ніжності – створює додатковий рівень смислу, що збагачує спілкування і перетворює його на складний психолінгвістичний процес.

Доведено, що мовлення в гумористичному дискурсі функціонує як багатоканальна система, у якій лексичні, інтонаційні, невербальні й контекстуальні чинники утворюють цілісний комунікативний простір. Слово, інтонація, міміка, пауза – усе працює разом, формуючи особливу “емоційну архітектоніку” серіалу. Цей простір діє не лише між персонажами, а й між ними та глядачем, створюючи ефект співучасті – коли сміх і співпереживання стають спільним досвідом.

Емоційне забарвлення мовлення, як показує аналіз, виконує подвійну функцію: воно не лише організує комунікацію, а й формує своєрідний емоційно-культурний код, спільний для всіх учасників взаємодії – як реальних, так і фікційних. Цей код активує механізми емпатії, дозволяє фреосмислити й розділити.

Гумор у серіалі постає як універсальна мова емоційної взаємодії – мова, що одночасно смішить і зцілює, зближує і навчає співпереживати. Його сила полягає в здатності поєднати когнітивне з афективним, а індивідуальне – зі спільним. Саме це поєднання робить комедію не лише художнім, а й психолінгвістичним феноменом, що розкриває справжню глибину людського мовлення – такого, у якому кожне слово дихає емоцією, а кожен жарт несе у собі частинку розуміння й тепла.

З'ясовано, що емоції у мовленні є не лише реакцією на зовнішні подразники, а й активним інструментом організації комунікації. Вони впливають на вибір мовних засобів, синтаксичну структуру висловлювань і навіть на ритміку реплік. У процесі аналізу виявлено закономірність: що сильніше емоційне навантаження, то коротшими стають репліки персонажів, інтонаційно насиченішими – їхні висловлювання, і тим вищим є рівень залучення глядача. Саме завдяки емоційній насиченості мовлення серіалу набуває правдоподібності й природності, а комічне поєднується з глибоким людським змістом.

Важливим висновком стало усвідомлення того, що у комедійному дискурсі гумор та емоції перебувають у тісній взаємозалежності. Гумор не лише провокує сміх, а й створює умови для емоційного розвантаження, формування довіри, зняття напруження між комунікантами. Сміх і співпереживання у такому контексті виступають формою соціальної адаптації. Вони дозволяють індивіду краще інтегруватися в соціальне середовище, легше приймати складні або незручні ситуації, водночас залишаючись у межах позитивної емоційної взаємодії.

Особливу роль у створенні емоційного ефекту відіграє лексика. Емоційно забарвлені одиниці – вигуки, розмовні слова, інтер'єкції, пестливі або зневажливі форми – стають носіями не лише смислу, а й емоційного підтексту. Через них виявляється індивідуальний стиль персонажа, його темперамент, соціальний статус і психологічна близькість до співрозмовника. Лексика в комедійному дискурсі функціонує як «дзеркало» емоційної інтенсивності,

допомагаючи глядачу інтуїтивно розпізнавати стан героїв навіть без додаткових пояснень.

Не менш важливими є стилістичні прийоми – гра слів, каламбури, іронія, сарказм, гіпербола, алюзії та інтертекстуальні відсилання. Вони надають мовленню багатшаровості, розширюють межі комічного, створюють додаткові пласти змісту. Комічний ефект виникає не з окремого слова, а з його взаємодії з контекстом, інтонацією та ситуаційним підтекстом. У такому поєднанні кожна мовна одиниця набуває подвійного – буквального і психологічного – значення. Це дозволяє глядачеві відчувати не лише жарт, а й підтекстову емоцію – співчуття, роздратування чи ніжність.

У комедійному дискурсі гумор виконує також низку соціально-комунікативних функцій. Він підтримує міжособистісну гармонію, допомагає налагоджувати контакт, долати конфлікти й водночас формує відчуття спільності. Сміх стає способом соціального зближення, а колективне реагування на комічне – засобом групової інтеграції. У цьому контексті “Friends” демонструє універсальну модель соціальної комунікації, де жарт виступає водночас і сигналом дружності, і формою самовираження, і методом емоційного самозахисту.

Психолінгвістичний аналіз показав, що процес сприйняття гумору й емоцій у глядача є активно-креативним. Людина не лише сприймає інформацію, а й реконструює емоційний підтекст, інтерпретує інтонаційні акценти, співвідносить побачене з власним досвідом. Важливу роль при цьому відіграють когнітивні схеми та культурні установки: глядач очікує певних реакцій, розпізнає знайомі моделі поведінки й відчуває психологічне задоволення від розуміння жарту. Так формується ефект причетності, який перетворює звичайного глядача на активного учасника комунікації.

Одним із ключових відкриттів стало усвідомлення значення невербальних чинників – інтонації, темпу, ритму, міміки, жестів. Вони формують додатковий рівень смислу, без якого гумор часто втрачає ефект. Поєднання мовних і

позамовних компонентів створює цілісний комунікативний акт, у якому сміх є лише зовнішнім проявом глибшого емоційного процесу.

У центрі уваги також опинилося явище емпатії. Доведено, що співпереживання є важливою складовою ефекту комедії. Глядач не лише реагує на жарт, а й відчуває емоційний стан героїв. Саме через емпатію формується стійкий зв'язок між персонажем і аудиторією. Це пояснює, чому ситками мають тривалий емоційний вплив: людина ніби проживає досвід героїв разом із ними.

З погляду психолінгвістики, емпатійне сприйняття спирається на роботу дзеркальних нейронів, які активуються під час спостереження за емоційною дією. Гумор стимулює ці процеси, адже сміх – соціальна реакція, спрямована на підтримання гармонії. Отже, комедійний дискурс виконує функцію психологічного катарсису: дозволяє безпечно проживати складні емоції, не втрачаючи позитивного настрою.

Наукова новизна проведеного аналізу полягає в системному підході до опису мовних і позамовних механізмів вираження емоцій у комедійному дискурсі. Уперше здійснено комплексний опис взаємодії лексико-стилістичних і просодичних засобів у створенні комічного ефекту та визначено їхній вплив на психоемоційний стан реципієнта. Виявлено, що гумор може виконувати не лише розважальну, а й терапевтичну функцію, впливаючи на емоційний баланс глядача.

Практична цінність результатів дослідження полягає у можливості їх застосування в кількох напрямках. По-перше, у викладанні психолінгвістики, стилістики й перекладознавства вони можуть слугувати ілюстративним матеріалом для аналізу емоційної мови. По-друге, у методиці викладання іноземних мов виявлені закономірності допоможуть формувати у студентів навички міжкультурної комунікації. По-третє, у перекладацькій практиці результати дослідження мають прикладне значення, оскільки дають орієнтири для адекватної передачі комічного ефекту та емоційної експресії.

Соціальна цінність роботи полягає в тому, що вона сприяє розвитку емоційної культури суспільства. Розуміння ролі гумору у спілкуванні формує

толерантність, емпатію та вміння сприймати різноманіття людських реакцій. Емоційна компетентність, яка розвивається через аналіз подібних творів, є важливою складовою психологічного благополуччя сучасної людини.

Підсумовуючи результати, можна стверджувати, що емоції та гумор у мовній комунікації – це взаємопов’язані механізми, які забезпечують баланс між когнітивним і афективним компонентами мовлення. Гумор створює безпечне середовище для вияву емоцій, а емоції, у свою чергу, надають комічному змісту щирості й глибини. У цьому полягає психологічна та культурна сила комедії.

Перспективи подальших досліджень полягають у розширенні матеріалу за рахунок інших жанрів і культур, використанні корпусних і нейрокогнітивних методів для моделювання процесів сприйняття гумору, а також у вивченні ролі медіа в розвитку емоційного інтелекту. Ця робота окреслює можливості подальшого синтезу лінгвістики, психології та культурології, адже саме на перетині цих наук народжується найглибше розуміння феномена емоцій у мові.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Галів У. Засоби вираження емотивності як лінгвоментальні формули. 2013. №9. С.53 —
60. URL: <http://ir.dspu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4958/1/%D0%B3%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B2.pdf> (дата звернення: 19.10.2025).
2. Засєкіна Л.В., Засєкін С.В. Вступ до психолінгвістики. Навчальний посібник. Острог: Видавництво Національного університету "Острозька академія", 2002. 168 с.
3. Ілясевич А. Психолінгвістичні особливості текстів англомовних кіносценаріїв серіалу «Теорія брехні» («Lie to me») та їх відтворення в українському перекладі. *Людина як суб'єкт міжкультурної комунікації: сучасні тенденції у філології, перекладі та навчанні іноземних мов: матеріали XIII Міжнар. студ. наук.-практ. конф., 11 березня 2021 р. К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. С. 255-258.*
4. Калмикова Л. І. Психологія мовлення і психолінгвістика: навч. посіб. Київ : Либідь, 2016. 320 с.
5. Крисанова Т. С., Вербицька А. А. «Принципи лінгвістичного конструювання емоцій у дискурсі». *Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. Серія 9 «Сучасні тенденції розвитку мов». 2021. Вип. 22. С. 174–183.*
6. Крисанова Т. Сучасний стан розвитку лінгвістики емоцій. Вісник ХНУ. №1124. 2014. С. 79 – 85. URL: <https://periodicals.karazin.ua> (дата звернення: 19.10.2025).
7. Куранова С. І. Основи психолінгвістики: навч. посіб. Київ: ВЦ Академія, 2010. 208 с
8. Ліщинський В. І. Психологічні наслідки відчуження як специфічного сприйняття навколишнього світу. *Зб. наук. праць : філософія, соціологія, психологія. Івано-Франківськ, 2007. Ч. 1, Вип. 12. С. 225–231.*

9. Малиненко О. Особливості лінгвістичної категоризації емоцій. *Нова філологія*. 2014. С. 186 – 192. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Novfil_2014_62_42 (дата звернення: 19.10.2025).

10. Мандер С. М. Емоції та їх вербальна репрезентація в українській та американській лінгвокультурах. *Мовні і іконцептуальні картини світу*. 2014. №50. С. 42-48. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2014_50%282%29__8 (дата звернення: 19.10.2025).

11. Мац І. І. Різновиди емоцій та способи їх вербалізації (на матеріалі англійської мови). *Вісник Житомирського державного педагогічного університету*. 2003. № 11. С. 181–183. URL: <http://www.uk.xpdf.ru/5mehanika/1642156-1-ii-mac-riznovidi-emociy-sposobi-ih-verbalizaciina-materiali-angliyskoi-movi-udk-8015-ii-mac-aspirant-zhitomir.php> (дата звернення: 19.10.2025).

12. Мельникова Т. М. Іронія як стилістичний прийом гумору і сатири. *Вісник Львівського університету. Серія журналістики*. 2018. Вип. 45. С. 66–72.

13. Насалевич Т. В. Емоції як об'єкт лінгвістичних досліджень. *Науковий вісник Херсонського держ. ун-ту. Серія «Лінгвістика»*. 2020. Вип. 41. С. 130–138.

14. Охріменко В. І., Гуцол С. І., Савчук С. А. «Емоції в художньому тексті: психолінгвістичний аспект». *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації»*. 2019. Т. 30 (69), № 4. С. 1089 –1094.

15. Романова Н. В. Психолінгвістичні методи дослідження емотивної лексики. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2012. № 29. С. 176 –179. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nznuoaf_2012_29_59.pdf (дата звернення: 19.10.2025).

16. Стоколос А. Морфологічні та лексико-семантичні засоби вираження психо-емоційних станів у романі Кена Кізі «Пролітаючи над гніздом зозулі». *ELLIC: Сучасні дослідження з лінгвістики, літературознавства та міжкультурної комунікації*. С. 61 – 64. URL: [ELLIC_2020.pdf](#)

17. Цинтар Н. В. Психолінгвістичні механізми мовної репрезентації емоцій у художньому дискурсі. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Філологія»*. 2019. Вип. 1 (41). С. 69–74.

18. Шаповал А. В. Емоції як об'єкт дослідження в сучасній лінгвістиці. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»*. 2020. Вип. 44. С. 181–185.

19. Шидловська В.О. Поняття емоції, емоційності та емотивності у сучасній лінгвістиці. *VI Всеукраїнська науково-практична конференція студентів, аспірантів та молодих науковців за міжнародної участі «Сучасні філологічні дослідження та навчання іноземної мови в контексті міжкультурної комунікації»*. 2014. С. 292 – 295. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/16477/> (дата звернення: 19.10.2025).

20. Шмігер Т. Емоції як суспільна практика та їх переклад: Південний архів. 2018. Вип. 72 (2). С. 120 – 123.

21. Aitchison J. *Words in the Mind: An Introduction to the Mental Lexicon*. Oxford: Blackwell, 1994. 290 p.

22. Alnajjar K., Härmäläinen M., Tiedemann J., Laaksonen J., Kurimo M. When to Laugh and How Hard? A Multimodal Approach to Detecting Humor and its Intensity (Dataset: Friends). In: *Proceedings of the 29th International Conference on Computational Linguistics (COLING 2022)*, Gyeongju, Republic of Korea, October 2022. P. 6875–6886. URL: <https://aclanthology.org/2022.coling-1.598> (дата звернення: 19.10.2025).

23. Altarriba J., Basnight-Brown D. M. The representation of emotion vs. emotion-laden words in English and Spanish. *The Mental Lexicon*. 2011. Vol. 6 (1). P. 72–92.

24. Bally Ch. *Traité de stylistique française*. Paris: Klincksieck, 1909. 348 p.

25. Bao C., Cheng B. The Analysis of Verbal Humor in “Friends” Based on Face Theory. In: *Proceedings of CLLA 2019*. Web of Proceedings, 2019. URL: https://webofproceedings.org/proceedings_series/ART2L/CLLA%202019/CLLA053.pdf (дата звернення: 19.10.2025).

26. Barrett L. F. *How Emotions Are Made: The Secret Life of the Brain*. Boston : Houghton Mifflin Harcourt, 2017. 425 p.
27. Barrett L. F., Lindquist K., Gendron M. Language as Context for the Perception of Emotion. *Trends in Cognitive Sciences*. 2010. Vol. 14 (10). P. 426-432.
28. Benveniste E. *Problèmes de linguistique générale*. Paris : Gallimard, 1966. 352 p.
29. Bezrukov A., Bohovyk O. Creating Communicative Space and Textual Reality via Emotiogenic Means in Fictional Discourse. *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*. Vol. 13, No. 1, 2021. P. 1-14 DOI: <https://dx.doi.org/10.21659/rupkatha.v13n1.21>
30. Boian V. Linguistic Means of Expressing Humor in “Friends”: Structural-semantic, Pragmatic and Translational Aspects: [Master’s Thesis]. KPI, 2023. 147 p.
31. Bühler K. *Sprachtheorie: Die Darstellungsfunktion der Sprache*. Jena : Fischer, 1934. 434 S.
32. Buller D. Communicating of Emotions. *Nonverbal Communication*. New York; London; Tokyo: The McGraw-Hill Companies, 1996. P. 271 – 296.
33. Clore G. L., Ortony A. *Cognition in emotion: Sometimes, always, or never?* New York : Oxford University Press. 2000. 158 p.
34. Damasio Antonio. *The feeling of what happens: body, emotion and the making of consciousness*. Boston: Harvest Books, 2011. 76 p.
35. Danes F. Cognition and Emotion in Discourse Interaction: A Preliminary-Survey of the Field. Berlin, 1987. P. 272 291. URL: <https://periodicals.karazin.ua/cognitiondiscourse/article/view/16730>
36. Danes F. Cognition and Emotion in Discourse. *Proceedings of the International Congress of Linguists*. Berlin, 1987. P. 112–120.
37. Darwin Charles. *The expression of emotions in man and animals*. New York: Oxford Univ. Press, 2019. 81 p.
38. De Raad, Kokkonen M. Traits and emotions: a review of their structure and management. *European Journal of Personality*. 2000. Vol. 14. P. 477–496

39. Ekman P. Emotions Revealed Recognizing Faces and Feelings to Improve Communication and Emotional Life. London : Owl Books, 2007. 290 p.
40. Friends. Друзі : телесеріал / створ. Девід Крейн, Марта Кауфман. – США : Warner Bros. Television, 1994–2004. URL: <https://www.imdb.com/title/tt0108778/> (дата звернення: 19.10.2025).
41. Gernsbacher M. A., Goldsmith H. H., Robertson R. R. Reading, reasoning, and emotion. *Psychological Science*. 1992. Vol. 3 (1). P. 1–6.
42. Grodal Torben. Embodied visions: evolution, emotion, culture, and film. Oxford: Oxford Univ. Press, 2019. 128 p.
43. Hasan M. K., Rahman W., Zadeh A., Zhong J., Tanveer M. I., Morency L-P. UR-FUNNY: A Multimodal Language Dataset for Understanding Humor. arXiv preprint. 2019. URL: <https://arxiv.org/abs/1904.06618> (дата звернення: 19.10.2025).
44. Hockett Ch. A Course in Modern Linguistics. New York : Macmillan, 1958. 621 p.
45. Jakobson R. Selected Writings. The Hague : Mouton, 1971. Vol. 2. 750 p.
46. Juslin P. N. From everyday emotions to aesthetic emotions: Towards a unified theory of musical emotions. *Physics of Life Reviews*. 2013. Vol. 10, Issue 3. P. 235—266. URL: <https://doi.org/10.1016/j.plrev.2013.05.008> (дата звернення: 19.10.2025).
47. Kövecses Z. Metaphor and Emotion: Language, Culture, and Body in Human Feeling. Cambridge : Cambridge University Press, 2000. 236 p.
48. Li H. A Study of Language Humor from the Perspective of Cooperative Principle: Take Friends as a Case Study. *International Journal of Education and Humanities*. 2022. Vol. 6 (1). P. 162-165. DOI: 10.54097/ijeh.v6i1.3084. URL: <https://doi.org/10.54097/ijeh.v6i1.3084> (дата звернення: 19.10.2025).
49. Lyons J. Language and Linguistics: An Introduction. Cambridge : Cambridge University Press, 1981. 356 p.
50. Martin R. A. et al. Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being: Development of the Humor Styles Questionnaire. *Journal of Research in Personality*. 2003. № 37(1). P. 48–75.

51. Martínez J. A General Mechanism of Humor: Reformulating the Semantic Overlap. arXiv preprint. 2023. URL: <https://arxiv.org/abs/2310.07803> (дата звернення: 19.10.2025).

52. Mohd Sharif A. Linking language and emotion: How emotion is understood in language comprehension, production and prediction using psycholinguistic methods: thesis for the degree of Doctor of Philosophy. University of Edinburgh, 2023. 230 p.

53. Oatley Keith. Creative expression and communication of emotion in the visual and narrative arts. Handbook of affective sciences / ed. by R. J. Davidson, K. R. Scherer, H. H. Goldsmith. New York: Oxford Univ. Press, 2019. P. 476–502.

54. Pavlenko A. Emotions and Multilingualism. Cambridge : Cambridge University Press, 2005. 214 p.

55. Qiu J. Pragmatic Analysis of Verbal Humor in Friends – Based on Cooperative Principle. Theory and Practice in Language Studies. 2019. Vol. 9 (8). P. 935-940. DOI: 10.17507/tp1s.0908.06. URL: <https://www.academypublication.com/issues2/tp1s/vol09/08/06.pdf> (дата звернення: 19.10.2025).

56. Sapir E. Language: An Introduction to the Study of Speech. New York: Harcourt, Brace & World, 1921. 258 p.

57. Sapir E. Language: An Introduction to the Study of Speech. New York : Harcourt, Brace & Company, 1921. 258 p.

58. Stark K., van Scherpenberg C., Obrig H., Abdel Rahman R. Web-based language production experiments: Semantic interference assessment is robust for spoken and typed response modalities. Behavior Research Methods, 2023, vol. 55, no. 1, pp. 236–262.

59. Trauer S., Kotz S. A., Müller M. Electrophysiological evidence for emotional priming in language processing. Brain Research. 2015. Vol. 1608. P. 60–76.

60. Wierzbicka A. Emotions across Languages and Cultures: Diversity and Universals. Cambridge : Cambridge University Press, 1999. 368 p.

61. Xu G. An Analysis of Humor Discourse in Friends from the Perspective of the Cooperative Principle. *Open Journal of Modern Linguistics*. 2022. Vol. 12, P. 460-470. DOI: 10.4236/ojml.2022.124033. URL: https://www.scirp.org/pdf/ojml_2022080415230151.pdf (дата звернення: 19.10.2025).

62. Yang Y. Analysis of Verbal Humor in Friends from a Perspective of Pragmatic Presupposition. In: 6th International Conference on Education, Language, Art and Inter-cultural Communication (ICELAIC 2019). *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, vol. 378. – Wuhan University, 2019. URL: <https://www.scribd.com/document/501435555/Yang-Analysis-of-Verbal-Humor-in-Friends-from-a-Perspective-of-Pragmatic-Presupposition> (дата звернення: 19.10.2025).

63. Zajonc R. B. Feeling and thinking: Preferences need no inferences. *American Psychologist*. 1980. Vol. 35 (2). P. 151–175.

64. Zeying Z. Analysis of Conversational Implicature in Friends From the Perspective of Cooperative Principles. David Publishing. 2023. URL: <https://www.davidpublisher.com/Public/uploads/Contribute/6639c661d160e.pdf> (дата звернення: 19.10.2025).