

РОМАНСЬКІ ТА ГЕРМАНСЬКІ МОВИ

УДК 811.111+81'23+81'37+81'42

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.6.1/12>**Аретемченко Ю. О.**

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

ЖАРТИ, ЗАСНОВАНІ НА ЕКСПЛУАТАЦІЇ ПРЕСУПОЗИЦІЇ, У ДИСКУРСІ АМЕРИКАНСЬКОГО ТЕЛЕВІЗІЙНОГО КОМЕДІЙНОГО СЕРІАЛУ

У запропонованій статті аналізується явище мовної пресупозиції як один із продуктивних засобів творення жартів в американському комедійному телевізійному серіалі. Матеріалом для дослідження є такі популярні ситкоми як *Friends* та *The Big Bang Theory* та комедійно-драматичний серіал *Gilmore Girls* загальною тривалістю 18 088 хвилин. Мета дослідження – зробити власний внесок у розуміння механізму функціонування жарту, заснованого на експлуатації пресупозиції, як навмисно аномального утворення, що виливається у виокремлення й опис її можливих тригерів, які змушують глядача реагувати на алогічність висловлення. Такі тригери стимулюють цільову аудиторію до виведення ланцюжку висновків, що розгортаються у напрямі, зворотному до розгортання причинно-наслідкових процесів сценарію й спираються як на вузький (мовний), так і широкий (позамовний) контекст. Із цього слідує, що кумедне загалом, як і жарти, засновані на експлуатації пресупозиції, зокрема, можуть аналізуватися з позицій лінгвістичної прагматики та когнітивної лінгвістики.

У статті використано описовий аналітичний метод із залученням інструментарію класичної теорії імплікатур та акцентуацією на когнітивно-дискурсивному та психолінгвістичному векторі дослідження мовленнєвої взаємодії.

Експлуатація мовної пресупозиції є одним із продуктивних механізмів побудови жарту в дискурсі телевізійного серіалу, оскільки залучає в процес його розуміння творчість глядача, уява якого генерує цілий ланцюжок ситуацій у зворотному від фіналу жарту порядку, і в цьому випадку ефект кумедного базується саме на їх невідповідності. Така своєрідна інтерактивність аналізованих жартів не в останню чергу обумовлюється їх нерозривним зв'язком із контекстом серіалу і, часом, усім багатограним контекстом людського існування. Стимулюють глядача до низки висновків певні тригери пресупозиції – лексичні, структурні або комбіновані. На окрему ремарку заслуговує той факт, що жарти, засновані на експлуатації пресупозиції, не є абсолютно універсальними – певна їх частина без додаткових тлумачень може бути зрозумілою лише представникам певної лінгвокультури.

Як будівельний ресурс для жарту пресупозиція є продуктивним матеріалом, який задіює як мовний, так і позамовний досвід глядача завдяки здатності активувати складні когнітивні процеси. Експлуатація пресупозиції у частині жартів у дискурсі телевізійного серіалу дозволяє їх творцям урізноманітнити форму їх подачі глядачеві, що, з-поміж іншого, дозволяє приваблювати й утримувати цільову аудиторію.

Ключові слова: дискурс телевізійного комедійного серіалу, гумор, жарт, пресупозиція, експлуатація пресупозиції, тригер.

Постановка проблеми. Гумор є спільним явищем для всіх людських суспільств [22] і відіграє фундаментальну роль в еволюції *homo sapiens*, оскільки напряду пов'язаний з когніцією [14]. З огляду на синергетичну природу й антропоцентрований вектор сучасних досліджень, їх орієнтацію на людину як на істоту, яка мислить, а, отже, страте-

гічно планує, спілкується, розвивається, різнобічне вивчення гумору видається актуальним, а якісний аналіз цього феномену з використанням інструментарію людинознавчих студій – здатним збагатити нашу систему знань про самих себе новими даними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вдалих жарт у процесі природної людської кому-

нікації об'єднує. Він сприяє встановленню або покращенню якості соціального контакту між комунікантами, оскільки характеризується унікальною здатністю звільняти від напруги, впливаючи на людське тіло, психологічний стан і психоемоційний бік спілкування у позитивний спосіб [5, с. 171; 19; 22], що автоматично робить його цінним інструментом впливу.

Медіа дослідники наголошують на тому, що гумор, часто будучи явищем пов'язаним із певною культурою [10], є специфічним «сполучним механізмом», який викликає відчуття спорідненості й приналежності до вузького кола однодумців [26]. Через здатність чинити вплив гумор є ефективним «таємним агентом глобалізації» [23]. Ретельний аналіз лінгвальних засобів створення ефекту комічного в медіапросторі, зокрема в дискурсі сучасного комедійного телесеріалу, є не лише продуктивним способом дослідження гумору як такого, а й робить значущий внесок у розуміння механізмів мовленнєвого впливу. В цьому розрізі сучасні дослідження пресупозиції як бази для творення жартів мають становити особливий інтерес, оскільки адресат схильний приймати на віру інформацію, що в ній міститься.

Жарт у дискурсі телевізійного серіалу є дещо більшим, ґрунтовнішим, «професійнішим», ніж жарт у процесі живого спілкування, оскільки має прогнозовано викликати відгук у глядача. Він є завжди інтендованим, а, отже, ретельно підготовленим, і виконує контекстотвірну функцію. Ми можемо говорити про чіткий стратегічний і тактичний пріоритет реалізації жарту в зазначеному дискурсі, де кожна репліка персонажа є продуманою авторами сценарію, і може бути спрямованою, окрім продукування ефекту комічного в чистому вигляді, на досягнення низки цілей, як то: розвиток сюжету, створення та деталізація портретів персонажів або демонстрація реалізації їх задумів тощо. Вдалий жарт у телевізійному серіалі може набути певної соціальної значущості та інкорпороватися до певного групового чи культурного артефакту – перетворитися з явища одноразового на класичне, заради якого глядач повертатиметься до перегляду знайомого серіалу знову [13].

Постановка завдання. Наше дослідження засвідчує, що одним із продуктивних засобів побудови вдалого жарту в дискурсі телевізійного комедійного серіалу є такий прийом як експлуатація пресупозиції. За нашими спостереженнями, на цьому механізмі створення гумористичного ефекту функціонує близько однієї десятої від проаналізованих жартів, дібраних із популярних аме-

риканських телевізійних серіалів, а саме з двох популярних ситкомів *Friends* (1994–2004, десять сезонів, 235 епізодів загальною тривалістю 5 208 хвилин) і *The Big Bang Theory* (2007–2019, 12 сезонів, 280 епізодів загальною тривалістю 6 160 хвилин) та комедійно-драматичного серіалу *Gilmore Girls* (2000–2007, сім сезонів, 154 епізоди загальною тривалістю 6720 хвилин). Всі три проекти є успішними продуктами компанії *Warner Bros. Television*, що демонструвалися на таких телеканалах як *NBS*, *CBS* та *The WB* і *The CW* відповідно.

Зробити власний внесок у розуміння механізму досягнення гумористичного ефекту жарту за рахунок експлуатації в ньому пресупозиції ми і ставимо за мету в цьому дослідженні, що передбачає вирішення наступних завдань: проаналізувати теоретичні засади дослідження пресупозиції з точки зору сучасної лінгвістики; виокремити тригери мовної пресупозиції; на основі проведеного аналізу дібрати приклади жартів, заснованих на експлуатації пресупозиції, в дискурсі американського комедійного телевізійного серіалу, вивчити та систематизувати їх; оцінити ефективність експлуатації пресупозиції як одного з можливих механізмів створення та функціонування жарту в дискурсі телевізійного серіалу з огляду на прогнозовану реакцію глядацької аудиторії.

Ця студія є спробою міждисциплінарного вивчення феномену жарту, заснованого на експлуатації пресупозиції, що характеризується комплексністю теоретичних та практичних методів когнітивно-дискурсивного вектору дослідження мовленнєвої взаємодії. Виходячи з думки, що жарт у дискурсі американського комедійного телесеріалу свідомо створюється адресантом заради отримання позитивної реакції адресата та задіює в процесі створення та сприйняття когніцію обох сторін, в межах цього дослідження ми спиралися на надбання лінгвопрагматики та психолінгвістики у царині вивчення пресупозиції.

Теоретичні засади розвідки базуються на принципах дискурсивної лінгвопрагматики з антропоцентризованим підходом до аналізу мовних і мовленнєвих феноменів [3; 4; 6; 8; Powel, 2010] та інтегрують низку відповідних методів: логіко-семантичних (пресупозиційний та імплікаційний аналіз), структурно-семантичних (лексико-граматичний, синтаксичний та лексикографічний аналіз) та когнітивно-прагматичних (аналіз пресупозиційних імплікатур та їх експлікація, контекстуальний та інтенційний аналіз, що спирається на класичну теорію імплікатур [11; 12]. Їх застосування дозволяє дослідити свідоме про-

дукування адресантом імпліцитних смислів, що базуються на експлуатації пресупозиції, з метою побудувати вдалий жарт, тобто такий, реакцією на який буде сміх.

У свою чергу, звернення до психолінгвістичних методів аналізу, зокрема до низки методів непрямого опосередкованого дослідження семантики [9; 25] забезпечує належне розуміння і прогнозування ефекту, який викликають жарти з механізмом, окресленим вище, в проекції адресата – глядацької аудиторії як колективного суб'єкту, що має певну «узагальнену» картину світу.

Виклад основного матеріалу. Здобуті протягом останніх десятиліть дані чітко засвідчують, що почуття гумору є невід'ємною, закладеною природою поведінковою ознакою людини. Використовуючи власну свідомість задля створення ефекту комічного, вона певним чином спотворює дійсність, викривляючи або фрагменти реальності, або зв'язки між подіями, людьми, процесами, або усталені способи використання мови. Щодо царини імпліцитних смислів, то вона надає людині надзвичайно різноманітний інструментарій для втілення будь-якого з цих трьох сценаріїв жарту або до їх комбінації.

У випадку, коли ми залишаємо ситуативний гумор за межами фокусу вивчення і обмежуємо поле дослідження суто лінгвальним втіленням кумедного, аналізуючи смішне, більше того, аналізуючи вдале смішне, можемо стверджувати, що успішний жарт – це одиниця, нерозривно пов'язана з контекстом [27]. Якщо аудиторія, на яку спрямовує жарт мовець, не володіє ним, то жарт проходить повз неї непоміченим. Так само, не володіючи контекстом, неможливо створити вдалий жарт. Дискурс телевізійного комедійного серіалу є середовищем, у якому свідомо сконструйований, продуманий жарт органічно інтегрується в контекст, і питання його успішності в цьому випадку – це лише питання майстерності того, хто його створює.

Мета цього дослідження нерозривно пов'язана з розумінням контексту як іпостасі пресупозиції незалежно від її вузького чи широкого тлумачення. У класичному розумінні пресупозиція – це домислюваний семантичний компонент висловлення, інференція, що розгортається у напрямі, зворотному до розгортання його причинно-наслідкових процесів, сукупність імпліцитних суджень, які співвідносяться з експліцитним смислом висловлення як умови з наслідком. Вона залишається незмінною при запереченні, так само, як і при трансформації стверджуваль-

ного речення в питальне або спонукальне. Пресупозиція є тлом – тією обов'язковою складовою, без якої мовлення сприймається як неосмислене, а мовець – як неадекватний, що, до слова, як прийом часто використовується у дискурсі комедійних телесеріалів для продукування комічного ефекту.

Лінгвістика традиційно витлумачує пресупозицію з двох позицій – семантики й прагматики. Якщо обмежуються текстом, то з точки зору логічної семантики її трактують як окремий випадок інференції – це судження, що виводиться з певного висловлення за правилами істинності й доречності. Якщо виходять на рівень дискурс-аналізу, то пресупозицію напряду співвідносять із когнітивною сферою комунікантів і визначають її як судження, що належить до попередніх умов реалізації висловлення. Так або інак, обидва трактування витлумачують пресупозицію як ментальне сховище, до якого комуніканти звертаються принагідно за інформацією, що зберігається у вигляді пропозицій. Відмінність між ними полягає лише в тому, чи охоплюється пресупозиція мовним знаком [7].

Вибудовуючи жарт навколо пресупозиції, яка охоплюється мовним знаком, автор сценарію свідомо повідомляє глядачеві додаткову інформацію, що в ній міститься, тобто експлуатує її, порушуючи тим самим максимум кількості [11, с. 28]. Інтендована пресупозиція актуалізується в дискурсі як пресупозиційна імплікатура, а її тригер [21] у цьому випадку виконує роль її маркера [1; 2], що стимулює глядача до низки логічних висновків [9; 25]. Описуючи пресупозицію й дотичні явища, звертаються до використання таких умовних позначок: знак >> означає 'пресупонує', знак > – 'імплікує', знак +> – 'інтендується' знак +>> – 'інтендується пресупозиція'.

Пресупозиція, яка охоплюється мовним знаком, може бути [17]:

– екзистенційною (умовною, лише за дотримання якої пропозиція є твердженням, тобто за наявності відповідних референцій), й неекзистенційною (у протилежному випадку), на експлуатації яких побудовані жарти з фрагментів (1), (2) і (3);

– лексичною (виходить із значення лексичних одиниць) й нелексичною (прив'язана до певних структур і є результатом всієї пропозиції), експлуатацію яких демонструють жарти з фрагментів (3)–(12);

– частковою (притаманною окремій мові або культурі – фрагменти (12) та (1) відповідно ілюструють випадок її експлуатації) й загальною

(універсальною, на якій побудовані жарти у фрагментах (2)–(11)).

Маніпулюючи пресупозиціями, схопленими мовним знаком, можна досягти бажаного гумористичного ефекту або звертаючись до екстралінгвального фонду комунікантів, або прив'язуючись до мовних характеристик речення, або комбінуючи ці два способи.

Експлуатуючи екзистенційні/неекзистенційні пресупозиції, сценарист звертається до екстралінгвального фонду глядача, часто вибудовуючи жарти навколо алюзії (фрагмент (1)), грі мінімум з двома пресупозиціями, коли гумористичний ефект досягається за рахунок непередбачуваної реакції персонажа на нецентральному (фрагмент (2)) або за рахунок послідовного обігравання низки пресупозицій, коли кожна наступна додає до попередньої раніше невідому інформацію, що дозволяє створити жарт із ефектом каскаду або сніжної кулі (фрагмент (3)).

Одна з заporук вдалого жарту – це однаковий об'єм інформації про світ навколо, іншими словами – спільний пресупозиційний фонд комунікантів, і комічний ефект у цьому випадку створюється за рахунок аналогій чи, навпаки, протиріч, які виникають на стику інформації, що міститься у висловленні, з інформацією про реальність навколо [20, с. 54]. Жарт із фрагменту (1) не був би смішним чи то для початку просто зрозумілим, якби учасники комунікації не поділяли його пресупозиції. Вочевидь, жарти, засновані на експлуатації алюзії, яка є окремим випадком пресупозиції, зрозумілі лише тим, хто володіє інформацією, на яку вказує, натякає або за якою вибудовує аналогію мовець. Друзі планують новорічну вечірку:

(1) A: *It's just that I'm sick of being a victim of this Dick Clark holiday. I say this year, no dates, we make a pact. Just the six of us – dinner.*

All: *Yeah, okay. Alright.* (Friends, s. 1, ep. 10)

Протягом багатьох років саме Дік Кларк – популярна американська радіо- і телеперсона – відраховував останні 20 секунд перед настанням півночі 31 грудня. За традицією, якщо за цей час встигнути поцілувати когось, то таланитиме весь наступний рік.

Комічний ефект часто досягається через реакцію персонажа в реактивній репліці на другорядну пресупозицію замість центральної в ініціальній репліці його співрозмовника. Два друга на похороні. Один говорить іншому, що чує, як із його пальта лунає голос спортивного коментатора. Хлопець хвалькувато показує приятелю кишеньковий телевізор, на що той несхвально реагує:

(2) A: *You're watching a football game at a funeral?* (>> *We are at a funeral* +>> *You have no manners*)

B: *No, it's the pre-game.* (>> *I'm not watching a football game at a funeral* >> *I'm watching a pre-game at a funeral*) *I'm gonna watch it at the reception.*

A: *You are a frightening, frightening man.* (Friends, s. 1, ep. 8)

Класичний для ситкомів каскад із пресупозицій спостерігаємо у наступному фрагменті. Хлопці винаймають квартиру разом. Один із них несподівано дізнається, що в квартирі є вбудований у стіну сейф. По ходу розмови з'ясовується, що його сусід обладнав помешкання ще й сейфом у підлозі, а також камерою:

(3) A: *When did we get a wall safe?* (>> *We got wall safe and I didn't know about it*)

B: *When there was no more room in the floor safe.* (>> *We got floor safe*)

A: *When did we get a floor safe?* (>> *We got floor safe and I didn't know about it*)

B: *When we got the security camera.* (>> *We got security camera*)

A: *There's a security camera?* (>> *We got security camera and I didn't know about it*)

B: *Aquaman, protecting your home since 2012.* (>> *We got security camera*)

C: *Oh, my God. We've done things on that couch.* (+>> *You could see us doing things on that couch*)

B: *Yeah. You don't have to tell me.* (+> *Yeah, I've seen it all*) (The big bang theory, s. 9, ep. 7)

Ефекту комічного можна досягти через експлуатацію пресупозиції, пов'язаної з мовними характеристиками речення. Така пресупозиція зумовлюється семантикою певної одиниці – її лексичного, структурного або комплексного тригера, а саме:

– напряму співвіднесеного з поняттям пресупозиції дієслова або дієслівного словосполучення, як то: дієслово або дієслівне словосполучення, яке пов'язане з фактичною пресупозицією, що описує ситуацію, в якій мовець розцінює певне твердження як істинне [18; 24], приміром, *admit, be aware, be glad, be lucky, be proud, confess, know, learn, realize* (фрагмент (4)) або імплікативне дієслово чи дієслівне словосполучення, яке супроводжується залежною предикацією та пресупонує її істинність, хибність або нейтральність [15; 16], серед яких *manage, fail, make smb. doing smth., keep smb. from doing smth., be able, hesitate, refuse* (фрагмент (5)).

– дієслова або прислівника, які вказують на (не) повторюваність дії (*regain, rewrite, repeat, return,*

again, anymore, never), як у фрагменті (7), зміну функціонального стану (антонімічні пари на зразок *open/close, start/stop, go faster/go slower*) або аспектуальну характеристику дії (*start, continue, finish*), що ілюструє фрагмент (6), деяких часток (*even, also, too*), як у фрагментах (7) і (8);

– структурного тригера пресупозиції на зразок різнотипних питальних й підрядних речень (фрагменти (3) і (9)), герундійних зворотів й інфінітивних груп (фрагмент (10)), просодичного малюнку (фрагмент (11));

– комбінації вищевказаних тригерів (фрагменти (3), (7), (10), (11) тощо).

Два друга, яким доручили доглянути за маленьким хлопчиком, з'ясували, що дитина – це чудовий привід для знайомства з дівчатами. Вони так захопилися фліртом, що забули свого підопічного в автобусі. Прикидаючись письменником, один із них телефонує до транспортного управління і, ніби для книги, цікавиться, що робити персонажу, який лишив у салоні дитя:

(4) A: (on pay phone) *Come on, pick up, pick up! Hello? Transit Authority? Yes, hello. I'm doing research for a book, and I was wondering what someone might do if they left a baby on a city bus. (Listens) Yes I do realize that would be a very stupid character. (>> People leaving babies on city buses are stupid +>> We are very stupid)* (Friends, s. 2, ep. 6)

Дівчина готує резюме для вступу в Гарвард. Вона засмучена через те, що не добирає додаткових балів за волонтерську діяльність і позашкільну активність. Маму переживання доньки-відмінниці смішать:

(5) A: *How am I supposed to get into Harvard if I have no wilderness skills? <...> Why did you never take me camping? <...>*

B: *Well, I'll tell you what. I'll take you upstairs. I'll throw you out the window. If you manage to grab that tree, I'll be your witness. (>> It requires skills, and/or talent, and/or luck to grab a tree when you someone's throwing you out of a window +>> If you grab that tree, you've got wilderness skills +> Stop panicking, that's hilarious!)* (Gilmore Girls, s. 2, ep. 2)

Дівчата у наступному фрагменті передивляються альбом із дитячими фото подружки. Одна з них коментує, як Рорі виросла:

(6) A: *Check out the next year, you shot up like a weed.*

B: *That's when I finally quit smoking. (>> I didn't smoke >> I smoked +>> I smoked when I was a kid)* (Gilmore Girls, s. 7, ep. 7).

Молода мама планує вперше дати дитині печиво. З реакції її співрозмовника глядачу

стає зрозуміло, що він уже неодноразово давав дівчинці не лише печиво, а й глазур. Цей висновок робимо, коли у комплексі виводимо пресупозиції зі вставної конструкції *for the record*, сполучника *also*, прислівника *never* та інтонації реактивної репліки адресата:

(7) A: *You know. I'm thinking about letting Emma have her first cookie.*

B: *Her first cookie? She has cookies all the time!*

A: *I've never given her a cookie. Have you?*

B: *No! No... and, for the record, I've also never given her a frosting from a can! (+>> I have given Emma cookies and frosting from a can)* (Friends, s. 10, ep. 5)

Прийомні батьки повідомляють біологічній матері новонароджених близнюків, що дівчинку вирішили назвати на її честь. Жінка радіє, що малята зростатимуть у хорошій родині. Пресупозиція, тригером якої є частка *even*, виводиться серед іншого з широкого контексту попередніх серій, так і з контексту всіх десяти сезонів серіалу, протягом яких Чендлер розкривався як один із головних персонажів.

(8) A: *Anyway, I'm gonna go and get some rest. I'm really glad I picked you guys. You're gonna make great parents. Even Chandler. (+>> Chandler is strange)* (Friends, 10, ep. 18)

Друзі обговорюють відео, на якому їх дуже гладка в юному віці подруга збирається на випускний:

(9) A: *Some girl ate Monica!*

B: *Shut up, the camera adds ten pounds.*

C: *Ah, so how many cameras are actually on you? (>> The camera adds ten pounds +>> It obviously added more than ten pounds +> Monica was really fat in high school)* (Friends, s. 2, ep. 14)

Дідусь опинився в лікарні. Донька й онука прийшли його навідати. Вони постійно жартують, що сприяє створенню комфортної емоційної атмосфери і заповнює сумний лікарняний простір і час. Дівчата глузують над іменем музиканта, записи якого принесли дідусеві в палату:

(10) A: *Bing, why doesn't anybody name their kid 'Bing' anymore?*

B: *You could have named me 'Bing'. (>> You didn't name me 'Bing' +>> You could name me Bing but you didn't +> You should have named me 'Bing' then) Why?*

A: *I thought about it but you didn't look like a Bing.*

B: *I don't even know if I should be insulted* (Gilmore Girls, s. 7, ep. 13).

Хлопець мріє про кар'єру актора. Після п'єси він захоплено показує друзям візитівку від аген-

ції, тому що це означає, що його гру помітили й оцінили. Одна з його подруг так не думає, про що свідчить інтонація її репліки *Based on this play?*, яка імплікує сумнів, але, помітивши докірливі погляди друзів, вона змінює інтонацію, і її наступна репліка виглядає як схвальний відгук і захоплення:

(11) A: *The Estelle Leonard Talent Agency. Wow, an agency left me its card! Maybe they wanna sign me!*

B: *Based on this play? (>> Your acting in this play and this play itself were not good +>> I doubt that) ...Based on this play!* (Friends, s. 1, ep. 6)

І, нарешті, певна частина жартів без додаткових тлумачень є зрозумілою лише носіям мови, якою говорять герої телевізійного серіалу, і тому становить певну проблему для його перекладачів іншими мовами. Пресупозиції в їх основі відсилають нас до певного лінгвокультурного прошарку, без обізнаності в якому жарти проходять повз глядача. Розглянемо такий фрагмент:

(12) A: *I can handle this. Handle is my middle name. Actually, handle is the middle of my first name.* (Friends, s. 3, ep. 17).

Персонаж у цьому уривку говорить, що *Handle* – це його друге ім'я. В англomовних країнах і, зокрема, в США, де відбувається дія серіалу, люди мають друге ім'я, що стоїть між іменем і прізвищем. Далі він зазначає, що *handle* – це, власне, і є середина його імені, що є фактом, якщо придивитися до того, як пишуть ім'я героя – *Chandler*. Спостерігаємо гру слів, яку чудово розуміють носії мови, і яку неможливо перекласти для неносіїв, що примушує перекладачів до створення жарту, який впишеться в контекст твору і буде зрозумілий іншомовному глядачеві.

Висновки і пропозиції. Запропонована розвідка є спробою проаналізувати закономірності функціонування жартів, заснованих на експлуатації пресупозиції, в дискурсі американського комедійного телесеріалу. Класичний механізм більшості жартів полягає у нелогічності, невідповідності фіналу очікуваному розвитку подій. У цей момент глядач змушений зробити кілька висновків, необхідних для розуміння жарту. У випадку з жартами, заснованими на експлуатації пресупозиції, адресат реагує на відповідний тригер, що запускає ланцюжок виведення висновків у зворотному до розгортання подій жарту порядку, при чому цей ланцюжок підживлюється багатим тлом контексту. Вдалість цієї операції рівною мірою залежить як від мовної, так і позамовної компетенції глядача. Окрім суто розважальної функції, жарти в дискурсі комедійного телесеріалу виконують ще й функцію естетичну, тому експлуатація пресупозиції в частині з них урізноманітнює форму їх подачі глядачеві, майстерно зміщуючи акцент із того, над чим жартують, на те, як саме жартують.

Це дослідження видається нам перспективним у двох напрямках. По-перше, плідним має бути вивчення механізмів творення та функціонування жартів у різних площинах медіапростору з огляду на сьогодишнє розуміння комічного та різноманітність гумористичних жанрів. По-друге, явище мовної пресупозиції в сучасному постмодерновому світі повсюдного впливу і навіювання з іронічною тональністю є ефективним інструментом взаємодії з когнітивною сферою реципієнта інформації, що, на нашу думку, робить його перспективним об'єктом для дослідження в будь-якій сфері комунікації.

Список літератури:

1. Безугла, Л.Р. Імплікатура як гумористичний пуант німецькомовного анекдоту. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія «Філологічні науки». Мовознавство*, 10, 2018. С. 11–14.
2. Безугла, Л.Р. Роль пресупозиції у створенні комічного ефекту в німецькомовному анекдоті. *Молодий вчений*, 5.1 (69.1), 2019. С. 21–24.
3. Безугла, Л.Р. Передмова. Л.Р. Безугла (Ред.), *Від слова до діла: лінгвопрагматика дискурсу*. (Колективна монографія). Вінниця : Нова книга, 2020. С. 8–13.
4. Приходько, А.Н. Когнітивно-комунікативна типологія дискурсів. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету*. Сер.: Філологія, 1(12), 2009. С. 20–24.
5. Самохіна, В.О. Гумористична комунікація як компонент ігрової діяльності. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету*. Серія: Філологія, 8(1), 2014. С. 170–174.
6. Шевченко, І.С. Когнітивно-прагматичні дослідження дискурсу. І.С. Шевченко (Ред.), *Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен*. (Колективна монографія). Харків : Константа, 2005. С. 105–117.
7. Capone, A. Presuppositions as conversational phenomena. *Lingua*, 198, 2017. Pp. 22–37.
8. Carston, R. Linguistic Meaning, Communicated Meaning and Cognitive Pragmatics. *Mind and Language*, 17(1–2), 2002. Pp. 127–148.
9. Chemla, E., & Bott, L. Processing presuppositions: Dynamic semantics vs pragmatic enrichment. *Language and Cognitive Processes*, 28(3), 2013. Pp. 241–260.

10. Danesi, M. The semiotics of emoji: The rise of visual language in the age of the internet. *Media and Communication*, Volume 5, Issue 4, 2017. Pp. 75–78.
11. Grice, H.P. Logic and conversation. *Studies in the way of words* Cambridge, Mass. : Harvard Univ. Press, 1991. Pp. 22–40.
12. Grice, H.P. Further Notes on Logic and conversation. *Studies in the way of words*. Cambridge, Mass. : Harvard Univ. Press, 1991. Pp. 41–55.
13. Hale, A. There is an after-life (for jokes, anyway): The potential for, and appeal of, “immortality” in humour. *Humour: International Journal of Humour Research*, 31(3), 2018. Pp. 507–538.
14. *Humor*. Christian F. Hempelmann & Thomas E. Ford (Eds.) De Gruyter Mouton. URL: <https://www.degruyter.com/view/journals/humr/humr-overview.xml>
15. Karttunen, L. Implicative verbs. *Language*, 47(2), 1971. Pp. 340–358.
16. Karttunen, L. Simple and Phrasal implicatives. *First Joint Conference on Lexical and Computational Semantics (*SEM 2012)*, (Montreal, Canada, 7–8 June). Vol.1, 2012. Pp. 124–131.
17. Kiefer, F. On Presuppositions. *Generative Grammar in Europe*, edited by Kiefer Ference, Ruwet Nicolas. Dordrecht: Springer, 1973. Pp. 218–242.
18. Kiparsky, P., & Kiparsky, C. (1970). Fact. *Progress in linguistics*, 143–173. The Hague : Mouton.
19. Kwon, W., Mackay, R., Clarke, I., Wodak, R., & Vaara, E. Testing, stretching, and aligning: Using ‘ironic personae’ to make sense of complicated issues. *Journal of Pragmatics*, 166, 2020. Pp. 44–58.
20. Raskin, V. *Semantic Mechanisms of Humor*. Dordrecht, Boston; Lancaster : D. Reidel Publishing Company, 1985.
21. Sandt, R.A. van der. Linguistic Presupposition. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (2nd ed.), 2015. Pp. 190–192.
22. Sawahata, Y., Komine, K., Morita, T., & Hiruma, N. Decoding Humor Experiences from Brain Activity of People Viewing Comedy Movies. *PLoS ONE*, 8(12), e81009, 2013.
23. Shifman, L., Levy, H., & Thelwall, M. Internet jokes: The secret agents of globalization? *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(4). Oxford University Press, 2014. Pp. 727–743.
24. Shetreet, E., Alexander, E.J., Romoli, J., Chierchia, G., & Kuperberg, G. What we know about knowing: Presuppositions generated by factive verbs influence downstream neural processing. *Cognition*, 184, 2019. Pp. 96–106.
25. Tiemann, S., Schmid, M., Bade, N., Rolke, B., Hertrich, I., Ackermann, H., et al. Psycholinguistic evidence for presuppositions: on-line and off-line data. In I. Reich, E. Horch, D. Pauly (Eds.) *Proceedings of Sinn & Bedeutung 15* (Saarland University, Saarbrücken, September 9–11). Universaar – Saarland University Press : Saarbrücken, Germany, 2011. Pp. 581–595.
26. Yus, F. Identity-related issues in meme communication. *Internet Pragmatics*, 1(1), 2018. Pp. 113–133.
27. Zuo, B. Why does humor fail or occur unexpectedly? – an account of humor within an extended relevance theory. *Journal of Pragmatics*, 160, 2020. Pp. 1–13.

Artemenko Yu. O. PRESUPPOSITION EXPLOITATION BASED JOKES IN AMERICAN TELEVISION COMEDY SERIES DISCOURSE

The paper analyzes the phenomenon of lingual presupposition as one of the productive ways to build jokes for American television comedy series. The research material is popular TV sitcoms Friends and The Big Bang Theory, and comedy-drama series Gilmore Girls with total runtime of 18 088 minutes. The study is focused on making our own contribution into the understanding of the mechanism of functioning of presupposition based joke as a purposefully abnormal entity, which brings us to detection and description of its possible triggers that are what makes a viewer respond to illogicality of an utterance. Such triggers stimulate the target audience to draw a chain of conclusions unfolding in the reverse to unrolling of cause-and-effect script processes direction and basing on narrow (lingual) as well as broad (extralingual) context. It follows from this that funny things on the whole and jokes based on the exploitation of presupposition in particular can be analyzed from the positions of linguistic pragmatics and cognitive linguistics. The descriptive analytical method involving the tools of the classic theory of implicature and emphasizing the cognitivist, discourse, and psycholinguistic vector of research of speech interaction is used in the paper.

The exploitation of lingual presupposition is one of the productive mechanisms for building jokes for television comedy series discourse as it involves viewer's creativity into the process of their understanding. Viewer's imagination generates a whole chain of situations starting from the final point of a joke and moving back to its background, and in this case the humorous effect is based exactly on their discord. Such a special interactivity of jokes under analysis is not least caused by their indissoluble ties with series context, and in some cases with the whole multifarious context of human existence. Viewer is stimulated to make a chain

of conclusions by certain triggers of presupposition – lexical, structural or combined ones. A special remark needs to be made on the fact that presupposition exploitation based jokes are not absolutely universal – a part of them is understandable without any further explanations only to representatives of a certain lingual culture.

As a building resource for a joke, presupposition is a productive material which due to its ability to activate complex cognitive processes involves viewer's lingual as well as extralingual experience. The exploitation of presupposition in some part of jokes in the discourse of television comedy series enables their creators to diversify the form of their presentation to viewer which, inter alia, helps to attract and hold the audience.

Key words: *television comedy series discourse, humor, joke, presupposition, presupposition exploitation, trigger.*