

УДК 811.111'42

МЕДІАПРОСТІР САТИРИКО-САРКАСТИЧНОГО ДИСКУРСУ (на прикладі американських он-лайн видань)

Я.Л. Ковалевська (Харків)

Стаття присвячена дослідженню сатирико-саркастичного дискурсу в межах нового медіа жанру – інфотейнменту – з ціллю виявлення найбільш дієвих засобів впливу на адресата у сучасному американському медіапросторі, а також розгляду стилістичних прийомів, що використовуються в псевдоновинах для досягнення бажаного емоційного впливу на одержувача інформації. Американські медіа-жанри дають можливість не тільки отримувати інформацію (не завжди точну або навіть вигадану (псевдоновини)), автор також звертається до емоцій аудиторії, з їх ставленням до конкретної проблеми або відомій людині, як правило, з метою створення інтересу, щоб заінтригувати і розважити. Інфотейнмент розмиває кордони між інформацією та розвагами. Одне з його основних завдань полягає в тому, що читач повинен бути не тільки зацікавленим в утриманні новин, але й відчувати яскраві емоції. Мета сатирико-саркастичного дискурсу в рамках інфотейнменту – опис соціальних явищ, подій, новин з певною оцінкою й засудження конкретної особистості з точки зору справедливості автора. Завдяки сатирико-саркастичному дискурсу в текстах псевдоновин, статті мають розважальний характер з різкою критикою сучасних проблем США.

Ключові слова: інфотейнмент, медіапростір, псевдоновини, сарказм, сатира, сатирико-саркастичний дискурс.

Ковалевская Я.Л. Медиапространство сатирико-саркастического дискурса (на примере американских он-лайн изданий). Статья посвящена исследованию сатирико-саркастического дискурса в рамках нового медиа жанра – инфотейнмента – с целью выявления наиболее действенных способов воздействия на адресата в современном американском медиапространстве, а также рассмотрению стилистических приемов, которые используются в псевдоновостях для достижения желаемого эмоционального воздействия на получателя информации. Американские медиа жанры дают возможность не только получать информацию (не всегда точную или даже выдуманную (псевдоновости)), автор также обращается к эмоциям аудитории, с их отношением к конкретной проблеме или известному человеку, как правило, с целью создания интереса, чтобы заинтриговать и развлечь. Инфотейнмент размывает границы между информацией и развлечениями. Одна из его основных задач заключается в том, что читатель должен быть не только заинтересован в содержании новостей, но и испытывать яркие эмоции. Цель сатирико-саркастического дискурса в рамках инфотейнмента – описание социальных явлений, событий, новостей с определенной оценкой и осуждение конкретной личности с точки зрения справедливости автора. Благодаря сатирико-саркастическому дискурсу в текстах псевдоновостей, статьи несут развлекательный характер с резкой критикой современных проблем США.

Ключевые слова: инфотейнмент, медиапространство, псевдоновости, сарказм, сатира, сатирико-саркастический дискурс.

Kovalevska I.L. Media Space of Satirical and Sarcastic Discourse (on the Example of American on-line Editions). The article touches upon the study of satirical and sarcastic discourse in a new genre of media space – infotainment – revealing the most efficient ways of influence on the addressee in modern American media space. Stylistic means which are used in faked news to achieve a desired emotional effect on the receiver are analyzed. US media genres give an opportunity not only to receive information (mostly inaccurate or even invented (faked news)), the author also appeals to emotions of the audience, with their relation to a specific issue or a famous person, usually to create an interest, to capture and entertain. Infotainment blurs boundaries between information and entertainment. One of its main tasks is that the reader should be more than just interested in the content of the

news, but also have passionate emotions that it arouses. The aim of the satirical and sarcastic discourse in the frames of infortainment is the description of social phenomena, events, news with a certain valuation and conviction of a person in the position of the author's justice. Thanks to the satirical and sarcastic discourse in the texts of faked news, the articles entertain with a sharp criticism of contemporary problems of the USA.

Key words: faked news, infortainment, media space, sarcasm, satire, satirical and sarcastic discourse.

Актуальність роботи полягає у вивченні нового типу дискурсу – сатирико-саркастичного – у сучасному медіапросторі США в межах жанру інфотейнмент. Об'єктом дослідження виступає американський сатирико-саркастичний дискурс. Предмет – стилістичні прийоми вираження сатири та сарказму. Мета статті полягає у виявленні засобів впливу на адресата у сучасному американському медіапросторі, що приводять до сатирико-саркастичного ефекту. Матеріалом для аналізу слугували сучасні американські статті з псевдонівами в сатирико-саркастичних он-лайн виданнях, таких як The Onion, The Best Page in the Universe, The Red Tractor in the USA тощо.

Друга половина ХХ – початок ХХІ ст. характеризується стрімким зростанням масової комунікації (преси, радіо і телебачення) і нових ЗМІ (зокрема, Інтернету). Поява і поширення «Всесвітньої павутини» приводить до створення єдиного інформаційного простору, особливого віртуального середовища, утвореного сукупністю безлічі медіапотоків [1, с. 38]. Сучасне суспільство чітко усвідомлює, яку суттєву роль засоби масової інформації відіграють у його житті. Це – суспільство споживачів. З плином часу сферою споживання стала і «всесвітня павутина», тому що користувачі виявляють постійний до неї інтерес і активно відвідують різні сайти. Не оминули уваги й сайти новин. Сучасні он-лайн газети або журнали дозволяють авторам новин індивідуалізувати подачу інформації, висловлювати власну думку, надають можливість обговорювати новини із адресатами в межах одного дискурсу. Величезне значення для текстів масової інформації має правильність сприйняття матеріалу, яке забезпечується не тільки мовними одиницями і їх з'єднанням, але й необхідним загальним комунікативним фоном знань, що має адресат. Задля сприяння існування невпинного інтересу до новинних сайтів, інформація часто має гострий критико-комічний характер. Автори текстів новин спираються також на традицію обігравання

комізму несумісних понять. Джерелом сміху виступає сатира та сарказм. Так, у сучасному американському медіапросторі можливо знайти комічні журнали сатирико-саркастичного характеру. Серед відомих періодичних он-лайн видань США.

Сучасні медіа-новини дають змогу не лише отримувати інформацію, хоча не завжди достовірну або навіть вигадану (псевдоніви), автори статей апелюють до емоцій глядачів, до їх відношення до певної проблеми або відомої особи, найчастіше з метою викликати інтерес, захопити і розважити, проте інформація має також гострий критично-комічний характер за рахунок підбору сатирико-саркастичних новин. Більша частина матеріалу тримається на уявленні повсякденних подій у вигляді важливих новин. Нові можливості в медіапросторі приводять до появи нового інтегрованого жанру – інфотейнмент (англ. «infortainment» від «information» – інформація та «entertainment» – розвага) [2; 3; 5]. «Infortainment» передбачає стирання кордонів між інформацією і розвагою [5, с. 239]. Тобто, мова йде про орієнтацію авторів будь-яких медійних продуктів на видовищність і розважальність інформації, що повідомляється. Одним із головних завдань, яке вирішує жанр інфотейнмент – читач повинен бути не лише зацікавлений у змісті тексту новин, але й захоплений емоціями, що він навіює. Сенс інфотейнменту найкраще проявляється там, де розвазі, здавалося б, найменше місця – в інформаційно-аналітичних і новинних передачах. С.П. Поцелуєв виділяє також субжанр інфотейнменту – політейнмент. Л.М. Землянова та Л.А. Катаєва окрім політейнменту виділяють також субжанр ед'ютейнмент. Якщо розглянути вищезгадані жанри, в усіх них присутній суфікс -tainment, від англ. entertainment – розвага, тобто вони націлені як на розвагу, так і на інформування аудиторії різними новинами: навчальними, політичними, спортивними, соціальними тощо. Ми припускаємо також наявність й інших субжанрів інфотейнменту, а саме спорттейнменту,

соціотейнменту тощо. Перш за все, ми звертаємо увагу на характерну для інфотейнменту техніку подачі матеріалу – лаконічність. Тенденція полягає в тому, що соціальні та політичні зміни починають ілюструватися через зображення конкретної людини. В сатирико-саркастичному дискурсі виражається, як правило, в висміюванні окремого персонажу, зазвичай відомого, або персонажів медіа-тексту, але це не просте висміювання у вигляді жартівливого перевертання загальноприйнятих норм. Невід'ємною складовою є оціночний елемент. При цьому оцінка завжди є негативною і супроводжується викриттям певних суспільних, політичних, особистих вад, тобто оцінка надається лише в негативному ключі. Автор висловлює свою оцінку як на основі власних почуттів, так і з урахуванням соціальних стереотипів. Тож, оцінка є наслідком функціонально-комунікативного напрямку дискурсу [6, с. 109], у нашому випадку – сатирико-саркастичного забарвлення. Метою сатирико-саркастичного дискурсу є подання соціальних явищ, подій, новин з певним оціночним посилом та переконання адресата повідомлення у справедливості позиції автора. Фігура адресата є дуже важливою у цьому типі дискурсу, адже саме від неї залежить, чи буде сприйнято послання автора у межах певного жанру або субжанру.

Досліджуючи вищезгадані видання, ми відзначили, що сатира та сарказм вживаються невід'ємно один від одного у межах одного дискурсу, бо сатира розглядається як критика усього суспільства, а сарказм – критика окремої особистості. Одне не може існувати без іншого. Сьогодні простежується тенденція використання сатири та сарказму в політичних текстах новин он-лайн видань. Аналізуючи це явище, сучасна американська дослідниця А. Дей підкреслила пряму взаємозалежність між розвитком сучасних технологій та поширенням сатири, що виникає на політичному підґрунті, насамперед, за допомогою медіа- та телекомунікацій [11, с. 24]. Д. Нільсон розглядає сатиру як засіб взаємодії з суспільством в цілому, а саме зі світом політики [14, с. 46]. П. Сімпсон описує сатиру як засіб висміювання культурних цінностей, установ, поглядів і переконань в цілому у суспільстві. Він вважає сатиру жанром літератури, метою якого є не тільки вказати на соціальні

вади, але щоб було зрозуміло, що ці вади є неприпустимими у суспільстві [15, с. 112]. Д. Тест також підкреслює висміювання соціальної поведінки шляхом сатири не лише в літературних творах, але й в медіа-просторі [18, с. 9]. Р. Еліот надає таке визначення сатири: «Сатира, художня форма, в основному літературна та драматична, в якій загальнолюдські або окремі вади, примхи, зловживання або недоліки використовують задля осуду у вигляді насмішки, глузування, бурлеску, іронії, пародії, карикатури, або інших методів, іноді з наміром надихнути до певних соціальних реформ» [12]. О.С. Редкозубова, спираючись на поняття сатири як виду комічного, визначає не лише естетичний аспект сатири, а й соціальний, головним завданням якого є критика, викриття, осміяння будь-яких соціальних, суспільно-політичних та побутових явищ [7]. Н.П. Худаведрова вважає, що головне у сатирі – комедійна критика, що підводить до заперечення явища через протиставлення його ідеалу [10]. О.В. Харченко вивчає сатиру американських письменників та журналістів як явище інтернаціональне, що обертається, загострює та влучає в найактуальнішу проблематику сучасного життя. Це може стосуватися політики, бізнесу, шоу бізнесу, спорту тощо [9]. На відміну від сатири, сарказм «характеризується відкрито ворожим ставленням до об'єкту розваги, має соціально знищуючий характер, але при цьому зберігається гумористична атмосфера. Глибинними інтенціями виступають сміх та агресія. Комунікативна ціль – жорстке висміювання об'єкту розваги із застосуванням найбільш ефективних засобів комічного впливу. Часто саркастичний дискурс представлений гострим та дотепним глузуванням над об'єктом сміху» [9, с. 235]. Такої ж інтерпретації сарказму дотримується й Д. Кемпел, котрий підкреслює присутність певної людини, щоб образити та висміяти її [13, с. 7]. Адресованість сарказму до певної особи або осіб також розглядає С. Петерс [17, с. 2]. В.О. Самохіна відмічає, що «сатира і сарказм є різновидами комічного, особливу роль в яких відіграє ефект несподіваності, раптовості» [8, с. 58]. Таким чином, ми помітили, що сучасні автори під сатирою розуміють вид комічного, об'єктом якого є соціальні пороки, що мають широку суспільну значущість, порушен-

ня норм моралі, а під сарказмом – вид комічного, об’єктом якого є людина та якості, що їй притаманні: жадність, заздрість, жадоба, лінощі тощо.

В сатирико-саркастичному дискурсі важливу роль у подачі матеріалу також відіграють стилістичні прийоми – порівняння, гіпербола, метафора тощо. Завдяки ним надається більш емоційне забарвлення, гостра критика, викриття певних вад, типової людської поведінки та характерних рис, що притаманні людям або, найчастіше, відомим особистостям. Саме тому, завдяки стилістичним прийомам зростає й зацікавленість текстами псевдоновин. Наведемо приклад із відомого сучасного американського сатирико-саркастичного онлайн видання “The Onion”, де ми зустрічаємо таку статтю з псевдоновинами, що належить до медіа-жанру інфотейнмент:

*ITHACA, NY—According to a study released this week by geneticists at **Cornell University**, substantial evidence indicates that **rich people and poor people**—disparate populations long thought to be entirely unrelated—may have once shared a single common ancestor. “After conducting careful DNA analysis, our research team was taken aback to discover that the wealthy and the working class actually have a considerable number of genetic similarities,” said study co-author Kenneth Chang, adding that despite the disparity between the modern-day affluent and low earners in terms of behavior, appearance, and lifestyle, numerous genetic markers revealed that their predecessors may have once lived beside one another without any noticeable differences. “Side by side, poor people and rich people look almost nothing alike, of course. It took months of chromosomal comparison to discover that links exist between, say, a top-level consultant at Bain Capital living in a gated community and a mother of three relying on multiple low-wage **jobs** to survive. And upon close inspection, it is possible to detect subtle, but striking, physical resemblances between these vastly different peoples.” Scientists also determined that the ultra-rich were closely related to jellyfish and other soft-bodied invertebrates (The Onion, 2015).*

Як засвідчує наведений приклад, комізм досягається завдяки стилістичним засобам сатирико-саркастичного дискурсу – гіперболізації (*It took months of chromosomal comparison to discover that links exist between, say, a top-level consultant at Bain Capital living in a gated community and a mother of three relying on multiple low-wage **jobs** to survive*) та порівняння (*the ultra-rich were closely related to jellyfish and other soft-bodied invertebrates*), де жартівливо висміюють зв’язок між бідними та багатими у вигляді псевдонаукових фактів.

Ще одна стаття апелює до емоцій глядачів завдяки згадуванню відомої американської політичної діячки, в минулому державного секретаря США, Хіларі Клінтон. Інформація має гострий критично-комічний характер завдяки саркастичним висловлювань в її адресу та сатиричних – коли під жорстку критику підпадають й усі американські політики, що мають «дуже багато» повсякденних справ у сфері політики. Тут також використовується гіпербола з ціллію навмисного перебільшення, негативного забарвлення, посилення враження від такого поширеного явища як зайва вага у американців.

WASHINGTON—Capping off a packed week of weighing options and giving serious thought, former Secretary of State Hillary Clinton spent a busy day in Washington fueling speculation and not ruling things out, her spokesman confirmed today. “After dedicating a few hours in the morning to drawing a lot of focus, laying groundwork, and calculating risks, Mrs. Clinton conducted a full afternoon of taking stock of and thinking it through, as well as several hours of careful considering.” Clinton press aide Nick Merrill said of the 66-year-old’s breakneck schedule of entertaining various possibilities and seeing all sides. “Between looking ahead and setting the stage, Mrs. Clinton has been putting in 18-hour days of late. No sooner has she finished up an evening’s worth of hinting at than she has to wake up the next morning at 6 a.m. and resume being touted as.” At press time, sources reported that Clinton was trying to squeeze in several more minutes of not rushing to decisions before sparking rumors and generating buzz. (The Onion, 2015).

Як ми бачимо на прикладі жанру інфотеймент, обговоренню підлягають не тільки соціальні або політичні сфери, але й зокрема, її діячі. Завдяки сатирико-саркастичному дискурсу статті мають розважальний характер з гострою критикою сучасних проблем, реальних відомих осіб через гіперболізацію людських рис або ситуацій з метою критики та висміювання, що робить їх ближче до звичайних людей та їх повсякденних турбот.

Перспективи подальшого дослідження сатирико-саркастичного дискурсу вбачаємо в поглибленому аналізі усіх компонентів сатирико-саркастичного дискурсу – цілей, завдань, учасників, контексту, мовних засобів – з урахуванням жанру інфотеймент та його різновидів, на матеріалі сучасних он-лайн видань США.

ЛІТЕРАТУРА

1. Добросклонская Т.Г. Роль СМИ в динамике языковых процессов [Текст] / Т.Г. Добросклонская // Вестник Моск. ун-та. – Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2005. – № 3. – С. 38–53.
2. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика на рубеже веков / Л.М. Землянова // От книги до Интернета: Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2000. – С. 61–74.
3. Катаева Л.А. Конвергенция СМИ и проблемы сетевой журналистики [Электронный ресурс] / Л.А. Катаева. – 2012. – Режим доступа : <http://moyuniver.net/konvergenciya-smi-i-problemy-setevoj-zhurnalistiki/>
4. Луканина М.В. Текст средств массовой информации и конвергенция / М.В. Луканина // Вестник : Политическая лингвистика. – Вып. 20. – Екатеринбург, 2006. – С. 205–214.
5. Поцелуев С.П. Политические парадигмы : монография / С.П. Поцелуев. – Ростов н/Д : Изд-во ЮФУ, 2008. – 392 с.
6. Приходько А.И. Когнитивно-дискурсивный потенциал оценки и способы его выражения в современном английском языке : дис. ... доктора филол. наук : 10.02.04 / А.И. Приходько. – Запорожье : Запорож. гос. ун-т, 2004. – 399 с.
7. Редкозубова О.С. Структура смеховой культуры. Аналитика культурологии [Электронный ресурс] / О.С. Редкозубова. – 2009. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/struktura-smehovoy-kultury>
8. Самохіна В.О. Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії і США : монографія / В.О. Самохіна. – Вид. 2-е, перероб. і доп. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. – 360 с.
9. Харченко О.В.

Американський дискурс комічного XX й XXI сторіч (на матеріалі комедійних фільмів, художніх та публіцистичних творів) : монографія / О.В. Харченко. – К. : ТОВ Видавництво “Сталь”, 2010. – 356 с.

10. Худавердова Н.П. Комическое и смех в истории мировой эстетической мысли [Электронный ресурс] / Н.П. Худавердова. – 2012. – Режим доступа : <http://publishing-vak.ru/file/archive-philosophy-2012-2/6-khudavedrova.pdf>
11. Day A. Satire and Dissent: Interventions in Contemporary Political Debate / A. Day – Indianapolis, Indiana : Indiana University Press, 2011. – 240 p.
12. Elliott R.C. The nature of satire [Electronic resource] / R.C. Elliott // Encyclopædia Britannica. – Режим доступа : <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/524958/satire>
13. John D. Campbell. Investigating the Necessary Components of a Sarcastic Context (Spine title: Investigating Components of Sarcastic Context). Thesis format : Monograph [Electronic resource] / John D. Campbell. – 2012. – Режим доступа : <http://ir.lib.uwo.ca/cgi/viewcontent.cgi?article=1545&context=etd>
14. Nilsson Johan. American Critic: Satire and Political Discourse in Warren Beatty's Bulworth : article [Electronic resource] / Nilsson Johan. – 2009. – Режим доступа : http://www.academia.edu/4382862/American_critic_Satire_and_political_discourse_in_Warren_Beattys_Bulworth
15. Paul Simpson. On the Discourse of Satire: Towards a Stylistic Model of Satirical Humor / Paul Simpson. – John Benjamins Publishing, 2003. – 242 p.
16. Roger J. Kreuz. Lexical Influences on the Perception of Sarcasm : article [Electronic resource] / Roger J. Kreuz, Gina M. Caucci. – 2007. – Режим доступа : <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1611529>
17. Sara Ann Peters. The Relevance of Sarcasm In Resolving Ambiguous References In Spoken Discourse : Doctoral dissertation [Electronic resource] / Sara Ann Peters. – 2013. – Режим доступа : <http://scholarcommons.sc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3508&context=etd>
18. Test George Austin. Satire: spirit and art : book [Electronic resource] / George A. Test. – 1991. – Режим доступа : https://books.google.com.ua/books?id=QkhMi6mKmUMC&pg=PA7&hl=ru&source=gbgbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false

REFERENCES

Campbell, J.D. (2012). *Investigating the Necessary Components of a Sarcastic Context (Spine title: Investigating Components of Sarcastic Context)*. Available at: <http://ir.lib.uwo.ca/cgi/viewcontent.cgi?article=1545&context=etd>

- Day, A. (2011). *Satire and Dissent: Interventions in Contemporary Political Debate*. Indianapolis: Indiana University Press.
- Dobrosklonskaia, T.H. (2005). Rol SMI v dynamyke yazykovykh protsessov [The role of the media in the dynamics of linguistic processes]. *Vest. Mosk. un-ta. – Moscow State University Messenger*, 3, 38–53 (in Russian)
- Elliott, R.C. (2007). The nature of satire. In *Encyclopædia Britannica*. Available at: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/524958/satire>
- Kataeva, L.A. (2012). *Konverhentsiya SMI y problemy setevoi zhurnalistyky [Convergence of media and problems of network journalism]*. Available at: <http://moyuniver.net/konvergenciya-smi-i-problemy-setevoj-zhurnalistiki/>
- Kharchenko, O.V. (2010). *Amerykanskyi dyskurs komichnogo ŌŌ i ŌŌ² storich (na materiali komediinykh filmiv, khudozhnikh ta publitsystychnykh tvoriv) [American comic discourse of the twentieth and twenty-first centuries (based on comedy films, fiction and nonfiction works)]*. K.: TOV Vydavnytstvo "Stal" Publ.
- Khudavedrova, N.P. (2012). *Komicheskoe i smekh v istori mirovoi esteticheskoi misli [The comic and laughter in the history of aesthetic thought]*. Available at: <http://publishing-vak.ru/file/archive-philosophy-2012-2/6-khudavedrova.pdf>
- Kreuz, R.J., Caucci, G.M.. (2007). Lexical Influences on the Perception of Sarcasm. In A. Feldman, X. Lu (eds.). *Proceeding FigLanguages '07 Proceedings of the Workshop on Computational Approaches to Figurative Language*. Madison: Omnipress Inc., pp. 1–4.
- Lukanyna, M.V. (2006). Tekst sredstv massovoi ynfomatsyy y konverhentsiya [The text of the media and convergence]. *Vestnyk: Polytycheskaia lnhvystyka. – Messenger: Polytechnic Linguistics*, 20, 205–214 (in Russian)
- Nilsson, J. (2009). American Critic: Satire and Political Discourse in Warren Beattys Bulworth. *American Studies in Scandinavia*, 41(2), 45–59
- Peters, S.A. (2013). *The Relevance of Sarcasm In Resolving Ambiguous References In Spoken Discourse* (Doctoral dissertation). Available at: <http://scholarcommons.sc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3508&context=etd>
- Potseluev, S.P. (2008). *Polytycheskye paradyalohy [Political paradiologies]*. Rostov n/D: Yzd-vo YuFU Publ.
- Prykhodko, A.Y. (2004). *Kohnytyvno-dyskursyvnyi potentsyal otsenky y sposoby eho vyrazheniya v sovremennom anhlyiskom yazyke. Diss. dokt. filol. nauk [Cognitive-discursive potential of the evaluation methods and its expression in modern English. Dr. philol. sci. diss]*. Zaporozhe. 399 p. (in Russian)
- Redkozubova, O.S. (2009). *Struktura smekhovoi kultury. Analytyka kulturolohyi [The structure of the culture of laughter. Analysis of Cultural Studies]*. Available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/struktura-smehovoy-kultury>
- Samokhina, V.O. (2012). *Zhart u suchasnomu komunikativnomu prostori Velykoyi Brytaniyi i SSHA [The joke in modern communicative space of the UK and the USA: Monograph]*. Kh.: V.N. Karazin Kharkiv. National Univ. Publ.
- Simpson, P. (2003). *On the Discourse of Satire: Towards a Stylistic Model of Satirical Humor*. Amsterdam: John Benjamins Publishing.
- Test, G.A. (1991). *Satire: spirit and art*. Available at: https://books.google.com.ua/books?id=QkhMi6mKUmC&pg=PA7&hl=ru&source=gbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false
- Zemlianova, L.M. (2000). Zarubezhnaia kommunikativistyka na rubezhe vekov [International communication studies at the turn of the century]. In E.L. Vartanova (ed.). *Ot knyhy do Ynterneta: Zhurnalystyka y lyteratura na rubezhe novoho tysiacheletyia [From Book to the Internet: Journalism at the turn of a new century]*. Moscow: MGU Publ., pp. 61–74.