

УДК 811.111'82

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/55-1-18>**Світлана АЛЕКСЕНКО,***orcid.org/0000-0001-7187-8791**кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри англійської філології та лінгводидактики
Сумського державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка
(Суми, Україна) svaleksen@gmail.com***Катерина КРУТАСЬ,***orcid.org/0000-0002-9486-2052**магістр кафедри англійської філології та лінгводидактики
Сумського державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка
(Суми, Україна) katerinaviktorivna2017@gmail.com*

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ТА СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ САТИРИЧНОГО ЕФЕКТУ В АНГЛОМОВНОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Статтю присвячено вивченню лексико-семантичних та стилістичних засобів створення сатиричного ефекту в сучасному англомовному публіцистичному дискурсі. З цією метою у статті з'ясовуються зміст поняття та функції публіцистичного дискурсу, його жанрові ознаки. Сатирична публіцистика розглядається з точки зору виконуваних нею функцій інформування, оцінювання, маніпулювання та очищення. Сатира в публіцистиці розглядається як один з видів комічного, що покликаний різко висміювати вади суспільно-політичного середовища через навмисну гротескність і гіперболізацію їх представлення. Вона формується вдалим поєднанням засобів різних мовних рівнів: лексичного, стилістичного, текстового. З'ясовано, що мікроконтексти з сатиричним ефектом формують лексико-семантичні поля «Соціально-політичні проблеми» та «Індустрія розваг і спорту», кожне з яких як ієрархічно організована система містить мікрополя, що конкретизують та уточнюють семантичний зміст кожного. На основі дослідженого ілюстративного матеріалу виділено такі мікрополя, що складають лексико-семантичне поле «Соціально-політичні проблеми»: «Типи дискримінації в суспільстві», «Вади та особливості поведінки представників влади», «Пригнічення свободи мислення та маніпулювання суспільною думкою», «Нав'язування владою суспільству свого позитивного іміджу». Лексико-семантичне поле «Індустрія розваг і спорту» містить такі мікрополя: «Зіркова хвороба та її наслідки», «Мінливість та дріб'язковість ідеалів», «Негативний вплив телебачення та соціальних мереж на користувачів», «Експлуатація спортсменів». Визначено, що сатиричний ефект на лексичному рівні утворюється такими групами стилістично маркованої лексики, як сленгізми, професіоналізми, вульгаризми, фразеологізми, контекстуальні антоніми, алогізми. У статті описано механізм формування сатири такими лінгвостилістичними засобами, як антитеза, перифраз, гіпербола, каламбур, іронія, гротеск та чорна сатира. Засоби створення сатиричного ефекту у сучасній англомовній публіцистиці відіграють ідеологічну роль формування громадської думки щодо найгостріших проблем сучасного соціуму.

Ключові слова: публіцистичний дискурс, сатиричний ефект, лексико- семантичне поле, іронія, пародія, гіпербола, чорна сатира.

Svitlana ALEKSENKO,*orcid.org/0000-0001-7187-8791**Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of English Philology and Language Didactics
Sumy A.S. Makarenko State Pedagogical University
(Sumy, Ukraine) svaleksen@gmail.com***Kateryna KRUTAS,***orcid.org/0000-0002-9486-2052**Master at the Department of English Philology and Language Didactics
Sumy A.S. Makarenko State Pedagogical University
(Sumy, Ukraine) katerinaviktorivna2017@gmail.com*

LEXICO-SEMANTIC AND STYLISTIC PECULIARITIES OF SATIRICAL EFFECT FORMATION IN THE ENGLISH PUBLICISTIC DISCOURSE

The article deals with lexical, semantic and stylistic means of satire actualization in the modern English publicistic discourse. With this purpose in mind it has been outlined the notion and functions of the publicistic discourse, its genre

peculiarities. Satirical journalism is viewed from the standpoint of its functions of informing, evaluation, manipulation and catharsis. Satire in the publicistic discourse is deemed as one of the forms of the comic category whose aim is to ruthlessly deride the vices of the social and political fabric of society by means of purposeful grotesque and hyperbolization of their presentation. It is attained through an apt combination of linguistic means of such language levels: lexical, stylistic, textual. It has been established that microcontexts bearing satirical meaning form lexico-semantic fields "Social and Political Issues" and "Entertainment and Sport Industry", either of which being a hierarchically formed system contains microfields that make the semantic content of either field more concrete and detailed. Based on the research material available it has been singled out the microfields making up a lexico-semantic field "Social and Political Issues": "Types of discrimination in society", «Vices and behavior of authorities», «Suppression of freedom of thought and manipulation with public opinion», «Imposing a positive image of the establishment on laymen". A lexico-semantic field "Entertainment and Sport Industry" comprises such microfields: "Star fever and its consequences", "Fleetness and pettiness of ideals", "Negative effect of mass media and social networks on users", "Exploitation of sportsmen". It has been found out that satirical meaning on the lexical level is formed due to such groups of stylistically marked lexis as slang words, professionalisms, vulgar words, phraseological units, contextual antonyms, alogisms. The article elucidates the mechanism of satirical effect creation by virtue of such stylistic expressive means and devices as antithesis, periphrasis, hyperbole, pun, irony, grotesque and ominous satire. Means of satirical effect formation in the modern English-language journalism play an ideological role of moulding the public opinion concerning the acutest issues of modern society.

Key words: publicistic discourse, satirical effect, lexico-semantic field, irony, parody, hyperbole, ominous satire.

Постановка проблеми. Публіцистичний дискурс як вид інституційного спілкування, що покликаний інформувати та здійснювати вплив на масового адресата в громадсько-політичній та суспільно-культурній царинах та сфері ЗМІ, відіграє велику ідеологічну роль як засіб формування громадської думки щодо найгостріших проблем сучасного соціуму взагалі та різноманітних людських спільнот зокрема. Сатира, будучи одним з видів категорії комічного (поряд з гумором, іронією, сарказмом, пародією, гротеском), яка акцентує невідповідність між недосконалістю змісту явища чи його форми та повноцінністю / значущістю, на яку це явище претендує, здатна ефективно виконувати, хоча й в імпліцитній формі, такі дві зі своїх ключових функцій: маніпулятивну та катарсичну.

Вивчення лексико-семантичних і стилістичних засобів сучасної англійської сатиричної публіцистики виявляється актуальним, адже уможливорює усвідомлення тих соціальних вад, які автори публіцистичних текстів вважають порочними, а тому вартими висміювання.

Аналіз досліджень. Дослідники публіцистичного дискурсу (Бацевич Ф. С., Бехта І. А., Загнітко А. П., Кравченко Н. К., Стернін І. А., Сусов І. П., Тер-Мінасова С. Г., Худолій А. О., Шевченко І. С. та ін.) акцентують увагу на різних аспектах його визначення, проте сходяться у думці про те, що він відображає та формує стереотипи масової свідомості, сугестивно нав'язуючи індивідам певні життєві пріоритети, моделі поведінки, світогляд тощо. Він визначається як різновид риторичного дискурсу, який виконує прагматичну та емотивну функцію і спрямований на досягнення конкретного ефекту переконання та спонування (Камінський, 2007: 97); як вид інституційного спілкування, предметом зображення якого є суспільне та полі-

тичне життя, сферами функціонування – засоби масової інформації, громадсько-політична та суспільно-культурна царина, а функціями – інформування та вплив на когнітивну систему адресата: його думки та переконання (Fairclough, 1995: 22). Зазначається, що засоби вираження авторської позиції публіциста можуть бути як експліцитними (різноманітні лексичні, синтаксичні, стилістичні відхилення від стандартизованої норми), так й імпліцитними – сатиричні, пародійні форми вираження пропозиційного змісту (Чугу, 2017:4).

Хоча сатира у публіцистиці була предметом багатьох досліджень (Борев Ю., Сімкін Я., Тепляшина А., Толутанова Ю., Щербина А., Степанова Н., Тинянов Ю., Burges Ch., Brugman B., Garud N., Droog E., LeVoeuf M.), вчені досі не дійшли одностайної думки про те, чим вона є: жанром чи певним способом зображення дійсності, проте зазначається, що сатиру можна класифікувати як за емоційним забарвленням на гнівну, похмуру, оптимістичну, так і за частотністю використання в ній художніх засобів на гротескно та реалістично (Дземидок, 1974: 75-90).

Метою статті є з'ясування лексико-семантичних та стилістичних засобів створення сатиричного ефекту у сучасному англійському публіцистичному дискурсі. Об'єктом дослідження виступає сатиричний ефект, створений внаслідок вдалої комбінації лінгвістичних засобів, як засіб висміювання вад сучасного суспільно-політичного життя в англійських країнах. **Матеріалом дослідження** слугували короткі сатиричні статті новинних онлайн-агентств The Onion та The Daily Mash, спеціалізовані вебсайти яких імітують структуру сайтів новин.

Виклад основного матеріалу. Будучи символічною структурою репрезентації владного устрою у певній країні, в рамках якого здійснюється

боротьба за встановлення цінностей, публіцистичний дискурс виявляється своєрідною ідеологією, що структурується друкованими, а в сьогоденні здебільшого електронними засобами масової інформації та узгоджується з інтересами домінуючої соціальної групи, що задає певний соціальний контекст комунікації (Мосейчук, 2012: 175). Публіцистичний дискурс найбільш швидко реагує на події, які відбуваються, відображаючи стан розвитку суспільства та вільно висвітлюючи актуальні аспекти життя. Відповідно, крім змін у суспільно-політичному житті, тексти газет та журналів відображають також зміни, які відбуваються в мові, тому лексичні та стилістичні особливості публіцистичного дискурсу включають наявність стилістично маркованих лексичних та фразеологічних одиниць, широке використання порівнянь і метафор, ідіом, лексичних одиниць із певною конотацією, а також образних висловлювань.

Традиційно жанри публіцистичного дискурсу розподіляють на інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні, при чому основою для такої диференціації слугують предмет висвітлення, ступінь проникнення в соціальну дійсність, специфіка і якість предметів, що відображаються, а також методи та прийоми відображення дійсності. Сатиричні жанри відносяться до публіцистичного підстилю жанрової структури (на противагу інформаційному) і містять фейлетони, памфлети, сатиричні репліки, короткі сатиричні статті.

Сатирична публіцистика виявляє характер епохи, демонструє спрямованість соціокультурних зсувів у суспільному житті. Виконуючи типові функції будь-якого публіцистичного тексту (інформування, оцінювання, вплив), сатиричні жанри, як говорить сама їхня назва, у першу чергу є носіями сатиричного змісту. За визначенням Академічного тлумачного словника української мови, сатира є художнім прийомом, заснованим на «різкому, дошкульному висміюванні пороків, хиб, негативних явищ дійсності» (АТС, 1978: 61) через комічну гротескність та гіперболізацію їх представлення. Оскільки сатира є одним з видів комічного, сатиричний ефект ґрунтується на використанні та поєднанні таких лінгвостилістичних засобів, як іронія, сарказм, гіпербола, гротеск, алегорія, перифраз, гра слів, а також формується завдяки засобам різних мовних рівнів: фонетичного (ономатопія, спунеризм, метатеза, алітерація); лексико-семантичного (алогізми, емоційно-забарвлена лексика, фразеологізми, вульгаризми, жаргонізми); словотворчого (оказіоналізми, похідні слова або контамінації) (Тремасова, 1999: 126).

Дослідники електронних джерел інформації стверджують, що сприйняття інформації онлайн супроводжується мінімальними зусиллями з боку споживачів новин, спрямованими на ретельне її вивчення, тому читачі здебільшого покладаються на змістові підказки, такі, як ключові слова, при оцінюванні її правдоподібності (Liu, 2005: 712). Звідси витікає парадоксальність в ступені сприйняття достовірності інформації в онлайн середовищі: що більше викривлення у представленні фактів, то більший ступінь довіри до них в читачів (Mosanu et al, 2004). Інтернет-видання «The Onion» та «The Daily Mash», статті яких слугують матеріалом цього дослідження, є популярними сатиричними медіапроектами у США та Великобританії відповідно і публікують сатиричні коментарі або вигадані статті про міжнародні, національні та місцеві новини цих країн у царинах політики, спорту, розваг, створюючи тим самим «метапубліцистику». Матеріали обох новинних вебсайтів або пародіюють, або вигадують новини та імена персонажів, за винятком, коли державні діячі або інші медійні персони поводять себе комічно, підштовхуючи авторів реагувати на їхні дії. Проаналізувавши корпус відібраного ілюстративного матеріалу, можемо стверджувати, що описана вище онтологічна засада зазначених видань дає авторам публікацій широкий вибір наступних лінгвостилістичних та текстових засобів формування сатиричного ефекту: гіперболізація, карикатуризація дійсності, іронія, пародіювання, абсурдистська чорна сатира, а також комбінування контекстуальних антонімів, емоційно-забарвленої лексики, сленгізмів, професіоналізмів, вульгаризмів та фразеологічної лексики.

Методом суцільної вибірки та контекстуального аналізу з текстів сатиричної публіцистики зазначених видань загальним обсягом 36 статей було виділено та проаналізовано 50 сатиричних мікроконтекстів, змістове наповнення яких було згруповане у лексико-семантичні поля «Соціально-політичні проблеми» та «Індустрія розваг і спорту». Розуміючи лексико-семантичне поле як ієрархічно організовану систему та сукупність парадигматично об'єднаних подібністю поняттєвого, предметного й функціонального змісту лексичних одиниць із семантичними асоціаціями, заснованими на зв'язку синонімії, антонімії, конверсії і гіпонімії (Соколовская, 1979: 79) та здійснивши семантичний аналіз виділених мікроконтекстів, класифікуємо лексико-семантичне поле «Соціально-політичні проблеми» на такі мікрополя: «Типи дискримінації в суспільстві», «Вади та особливості поведінки представників влади»,

«Пригнічення свободи мислення та маніпулювання суспільною думкою», «Нав'язування владою суспільству свого позитивного іміджу». Аналіз лексико-семантичного поля «Індустрія розваг і спорту» дозволив виділити в ньому такі мікрополя: «Зіркова хвороба та її наслідки», «Мінливість та дріб'язковість ідеалів», «Негативний вплив телебачення та соціальних мереж на користувачів», «Експлуатація спортсменів».

В межах лексико-семантичного поля «Соціально-політичні проблеми» створення сатиричного ефекту у виділених мікроконтекстах статей досягається такими групами лексики: 1) **сленгізми**: *gravedigger; influencer; tagline; make-a-wish; sluggers; piss easy; cringe*; 2) **професіоналізми**: *defamation trial; editor-in-chief; draft pick; mandate; pamphlet; dyslexic, Cheese speech*; 3) **вульгаризми**: *shitholes; whoever the hell; pigshit; batshit; bullshitter; whatever the f**k*.

Сатиричний ефект досягається також завдяки комбінуванню або безпосередній синтагматичній близькості у вузькому контексті семантично та прагматично протилежних чи несумісних словосполучень (антитези), наприклад: «*a tour of the crumbling, derelict factory*», «*a shuttered plant*» – «*a perfect example*»; «*to regulate guns*» – «*to be armed with a proposal*»; «*to share the deranged man's writing*» – «*to inspire copycats*»; «*rape victims*» – «*thank you notes for the gift of parenthood*», «*to be ungrateful to the rapist*»; «*to admit Ukrainian refugees*» – «*to deport Central American asylum-seekers*»; «*stupidity as an affliction but a positive trait*»; «*the corpse of a heroin addict*» – «*a shining example*», «*a beautiful spiral into chaos and suffering*» тощо.

Розглянемо деякі приклади створення сатиричного ефекту на матеріалі статей, об'єктом висміювання яких виступають гострі соціальні проблеми (економічна криза, злочинність, локальні війни), вади політиків (марнославство, лицемірність, корумпованість) та інші соціально-політичні питання.

Так, у статті «Biden Touts Resiliency Of American Decline While Touring Factory That's Been Closed For Decades» вже в самому заголовку через поєднання семантично суперечливих лексем (що є передумовою виникнення іронії) «*resiliency*» та «*decline*» створюється глузування, яке далі підсилюється в тексті статті завдяки алогізму «*a nation that will stop at nothing to drive itself into ruin*»; приписуваному Джо Байдену, але вигаданому авторами статті висловленню «*the United States will always foster the conditions for its own demise*», яке висміює усю політику Демократичної партії США і Джо Байдена як її очільника,

підкреслюючи незмінно (сполучник «*always*») негативні результати благих намірів (дієслівний зворот «*foster the conditions*») – занепад економіки (гіперболізація через іменник «*demise*»). Читач, таким чином, підводиться до низької оцінки політики чинного президента США.

Об'єктом глузування у статтях «The Onion» виступає також марнославство політиків. Так, у статті «This City. These People. All Sheep, And I Am Their Shepherd,' Says Eric Adams, Looking Out Over New York» сатиричний ефект формується завдяки карикатуризації образу мера Нью-Йорка Еріка Адамса в реченнях, що передають нібито його думки, стилістичними засобами антитези 1) «*I and I alone am the line between order and chaos*»; 2) «*guiding toward the light these confused, woeful masses who wander in darkness*» та гіперболізації ролі мера в житті містян через персоніфікацію «*merciful hand*»: «*how fortunate they [the citizens] were to have a place in the palm of his merciful hand*». В читачів формується негативний образ цього мера як такого, що відірваний від буденних реалій пересічних громадян.

Зазначимо, що сатиричні статті завжди з'являються як актуальна реакція на певні події у політикумі англомовного світу. Так, стаття «Varefaced lying works a treat, agrees Britain» написана у зв'язку зі скандалом, пов'язаним з відвертою брехнею прем'єр-міністра Великобританії щодо того, чи він був присутній на одній з вечірок на Даунінг стріт, яка мала місце під час суворого локдауну з порушенням антиковідних обмежень. Основна ідея статті подана у перифразі відомого прислів'я – «*honesty is the worst policy*», яка далі доводиться до абсурдності саркастичними гіперболізованими прикладами можливих висловів пересічних британців, що втілюють цинічну очевидну брехню: 1) «*Joanna Kramer of Falkirk told her husband: "Affair? I'm not having an affair with Andy from next door. It's irrelevant that I'm naked and he's in me right now. "I believed at the time that was part of the process of putting shelves up. It was a misapprehension, and I apologise. Now can we move on and deal with what really matters to this household?"*»; 2) «*Tom Logan said to police: "I was not in the jeweler's, I did not fill a bag with diamonds, the diamonds in the bag in the wardrobe are mine and I mix them in with broken glass to confuse thieves. The CCTV is fake. I am happy to complete a questionnaire."*» Автор статті сугестивно підводить читачів до думки, що якщо лідер країни дозволив собі відверто збрехати, то виборці по всій країні слідуватимуть його прикладу як в особистому, так і в суспільному житті.

У лексико-семантичному полі «Індустрія розваг і спорту» сатиричний ефект у виділених мікроконтекстах статей формується такими групами лексики: 1) сленгізми: *blockbuster*; *line-up*; *glossy shot*; *at-bats*; *very Y2K*, *under wraps*; 2) професіоналізми: *to pitch the audio*; *quarterback*; *the batter's box*; *pitcher*; *Super Bowl LVI*; *to butcher the story*; *script leaks*; *to set a pick*; 3) вульгаризми: *total shit show*; *bad bitch o'clock*; 4) фразеологізми: *out of the element*», «*to sweat bullets*», «*to keep a roof*», «*big noise*», «*to be in knots*».

Об'єктом сатири у статтях цієї тематики виступають дріб'язковість ідеалів фанатів зірок кіно- та музичної індустрії, знецінення життя через його віртуалізацію у соціальних мережах, гонитва за славою, прибутком та результатом в індустрії спорту. Так, у статті «New HGTV Show Sends Couple To Old Houses To Call Them Disgusting» сатиричний ефект формується пародіюванням та доведенням до абсурду цілі і змісту нової програми «Total Shitholes» телекомпанії HGTV, покликані критикувати оселі, які відвідуватимуться ведучими передачі. Для цього автор публікації вжив велику кількість оцінних прикметників з негативною конотацією «*disgusting*», «*gross*», «*distasteful and repulsive*», «*revolting*», «*nauseating*», «*pathetic*» на позначення як предметів інтер'єру осель, так і тих відчуттів, які повинні будуть виражати ведучі. Кульмінація саркастичності виражається у твердженні «*just the insults and humiliations that our network's fans love*», яке описує політику формування контенту робітниками телевізійних мереж, суть якої – в потуранні низьким очікуванням телеглядачів.

Текст статті під назвою «Original Stan Lee Corpse Sells At Auction For \$5 Million» ґрунтується на каламбурі (грі словами) фрази «*to get their hands on an original Stan Lee*», що має значення «отримати оригінальний примірник книжки коміксів за авторства Стена Лі», проте у статті взяте інше, чорно-сатиричне значення цієї фрази. Йдеться про труп Стена Лі, продаж якого на аукціоні Крісті зібрав суму у 5 мільйонів доларів. Чорна сатира статті набуває абсурдизму, адже труп описується як визначний експонат історії розвитку коміксів («*a remarkable piece of comic book history that any serious fan would be proud to own*») та творча сила компанії «Marvel Comics» («*the creative force behind Marvel Comics*»). Така чорна абсурдистська сатира висміює бажання аукціонів отримувати максимальний зиск, в тому числі користуючись популярністю успішних людей, навіть після їхньої смерті.

Знецінення життя внаслідок його віртуалізації у соціальних мережах є об'єктом чорної сатири в статті «Popular New TikTok Influencer Just Teaches Teens To Tie Nooses», в якій описується популярність людини, що вчить своїх підписників, як правильно в'язати вузли для самогубства. Для опису такої людини обрано лексему «*influencer*» (той, хто впливає та керує мисленням та поведінкою інших), а парадоксальність та абсурдність її надзвичайної популярності підсилюється словосполученнями, що описують колір чи вигляд цих вузлів («*So, I'm using bright yellow today, but you can use whatever color you want*», «*I also like to add some glitter to my noose, it's very Y2K*»), реакцію підписників на такий зміст викладених відео («*quickly amassing young followers in the tens of millions*», «*viral content inspired teenagers across the country to try their hand at creating fun nooses*»), альтернативні способи покінчити з життям («*how easy it was to stockpile pain pills*»), перетворюючи ідею самогубства на масовий флешмоб у розважальній формі. Чорно-сатиричний характер статті досягається завдяки акумулюванню алогізмів та іронічній тональності, в якій вона написана, задля пародіювання міліни та часто небезпеки сучасної культури соціальних мереж.

Висновки. Отже, сатирична публіцистика як жанр англomовного публіцистичного дискурсу виконує як типові для публіцистичних текстів функції інформування читачів про актуальний порядок денний в суспільно-політичному житті США та Великобританії і оцінювання пріоритетності новин та цінностей суспільного середовища, так і специфічні функції маніпулювання та очищення. Сатиричний ефект статей створюється у контекстах широкого семантичного спектру: різні типи дискримінації в суспільстві, маніпулювання суспільною думкою, гострі соціальні проблеми, вади та особливості поведінки представників влади, мінливість та дріб'язковість ідеалів в індустрії розваг, зіркова хвороба, негативний вплив ЗМІ на користувачів, експлуатація спортсменів тощо. Лексичні (сленгізми, професіоналізми, вульгаризми, фразеологізми, контекстуальні антоніми, алогізми) та стилістичні (антитези, перифраз, гіперболи, каламбур, іронія, гротеск та чорна сатира) засоби створення сатиричного ефекту у сучасній англomовній публіцистиці сприяють підсиленню ефекту іронізування / глузування над недоскональностями та відвертими вадами соціально-політичного та соціокультурного устрою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Академічний тлумачний словник української мови (АТС): в 11т. / під ред. І. К. Білодіда. Київ: Наукова думка, 1970-1980. Т 9.
2. Дземидок Б. О комическом. М.: Прогресс, 1974. 224 с.

3. Каминский П.П. Принципы исследования публицистики на современном этапе. *Вестник Томского государственного университета. Филология*. Томск, 2007. № 1. С. 97-105.
4. Мосейчук О. М. Публицистичний дискурс як контекст реалізації комунікативного впливу на масового адресата. *Вісник Житомирського державного університету. Філологічні науки*. 2012. Вип. 65. С. 174-177.
5. Соколовская Ж. П. Система в лексической семантике (анализ семантической структуры слова). Киев: Вища школа, 1979. 189 с.
6. Тремасова Г.Г. Языковые средства выражения сатирического смысла (английская и американская художественная литература и публицистика XX в.): автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филол. наук: 10.02.04. Москва, 1999. 26 с.
7. Чугу С. Д. Вербалізація комунікативної стратегії переконування в художньому тексті: лінгво-прагматичний аспект. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету. Серія: Філологічні науки (мовознавство)*. Вінниця, 2017. Вип. 25. С. 114-121.
8. Fairclough N. *Media Discourse*. Throwbridge: Redwood Books, 1995. 216 p.
9. Liu, Z. (2005). Reading behavior in the digital environment: Changes in reading behavior over the past ten years. *Journal of Documentation*, 61 (6), 700-712.
10. Mocanu, D., Rossi, L., Zhang, Q., Karsai, M., & Quattrociocchi, W. (2014). Collective attention in the age of (mis) information. URL: https://www.researchgate.net/publication/331929380_Collective_attention_in_the_age_of_misinformation (Retrieved 15.09.2022)
11. Article "Biden Touts Resiliency Of American Decline While Touring Factory That's Been Closed For Decades" Retrieved from: <https://www.theonion.com/biden-touts-resiliency-of-american-decline-while-tourin-1848937809>
12. Article «This City. These People. All Sheep, And I Am Their Shepherd,' Says Eric Adams, Looking Out Over New York» Retrieved from: <https://www.theonion.com/this-city-these-people-all-sheep-and-i-am-their-she-1848674337>
13. Article «Bare-faced lying works a treat, agrees Britain» Retrieved from: <https://www.thedailymash.co.uk/politics/bare-faced-lying-works-a-treat-agrees-britain-20220520221224>
14. Article «New HGTV Show Sends Couple To Old Houses To Call Them Disgusting» Retrieved from: <https://www.theonion.com/new-hgtv-show-sends-couple-to-old-houses-to-call-them-d-1848835083>
15. Article «Original Stan Lee Corpse Sells At Auction For \$5 Million» Retrieved from: <https://www.theonion.com/original-stan-lee-corpse-sells-at-auction-for-5-million-1848704543>
16. Article «Popular New TikTok Influencer Just Teaches Teens To Tie Nooses» Retrieved from: <https://www.theonion.com/popular-new-tiktok-influencer-just-teaches-teens-to-tie-1848721344>

REFERENCES

1. Akademichnyj tлумachnyj slovnyk [Academic explanatory dictionary]. In 11 volumes / edited by I.K. Bilodid. Kyiv: Naukova dumka, 1970-1980. Volume 9 [in Ukrainian]
2. Dzemydok B. O komicheskom [Concerning the comic]. M.: Progress, 1974. 224 p. [in Russian]
3. Kaminsky P.P. Printsipy issledovaniya publitsistiki na sovremennom etape [The modern principles of research of the publicistic style]. *Bulletin of the Tomsk State University. Philology*. Tomsk, 2007. № 1. P. 97-105 [in Russian]
4. Moseychuk O.M. Publitsystychny diskurs yak kontekst realizatsiyi komunikativnoho vplyvu na masovoho adresata [Publicistic discourse as a context of realization of the communicative impact on the massive addressee]. *Bulletin of the Zhytomyr State University. Philological Sciences*. 2012. Issue 65. P. 174-177 [in Ukrainian]
5. Sokolovskaya Zh. P. Sistema v leksicheskoy semantike (analiz semanticheskoy struktury slova) [System in the lexical semantics (An analysis of the semantic structure of a word)]. Kiev: Vyshcha shkola, 1979. 189 p. [in Russian]
6. Tremasova G.G. Yazykovyye sredstva vyrazheniya satiricheskogo smysla (angliyskaya i amerikanskaya khudozhestvennaya literatura i publitsistika XX veka) [Language means of expression of satirical meaning (English and American fiction and journalism of the XX-th century)]: author's abstract of dis. ... PhD in Philology: 10.02.04. Moscow, 1999. 26 p. [in Russian]
7. Chugu S.D. Verbalizatsiya komunikativnoyi strategiyi perekonannya v khudozhnyomu tekste: lingvo-pragmatychnyj aspekt [Verbalization of the communicative strategy of persuasion in the literary text: linguo-pragmatic aspect]. *Proceedings of the Vinnytsya State Pedagogical University. Series: Philological Sciences (linguistics)*. Vinnytsya, 2017. Issue 25. P. 114-121 [in Ukrainian]
8. Fairclough N. *Media Discourse*. Throwbridge: Redwood Books, 1995. 216 p.
9. Liu, Z. (2005). Reading behavior in the digital environment: Changes in reading behavior over the past ten years. *Journal of Documentation*, 61 (6), 700-712.
10. Mocanu, D., Rossi, L., Zhang, Q., Karsai, M., & Quattrociocchi, W. (2014). Collective attention in the age of (mis) information. URL: https://www.researchgate.net/publication/331929380_Collective_attention_in_the_age_of_misinformation (Retrieved 15.09.2022)
11. Article "Biden Touts Resiliency Of American Decline While Touring Factory That's Been Closed For Decades" Retrieved from: <https://www.theonion.com/biden-touts-resiliency-of-american-decline-while-tourin-1848937809>
12. Article «This City. These People. All Sheep, And I Am Their Shepherd,' Says Eric Adams, Looking Out Over New York» Retrieved from: <https://www.theonion.com/this-city-these-people-all-sheep-and-i-am-their-she-1848674337>
13. Article «Bare-faced lying works a treat, agrees Britain» Retrieved from: <https://www.thedailymash.co.uk/politics/bare-faced-lying-works-a-treat-agrees-britain-20220520221224>
14. Article «New HGTV Show Sends Couple To Old Houses To Call Them Disgusting» Retrieved from: <https://www.theonion.com/new-hgtv-show-sends-couple-to-old-houses-to-call-them-d-1848835083>
15. Article «Original Stan Lee Corpse Sells At Auction For \$5 Million» Retrieved from: <https://www.theonion.com/original-stan-lee-corpse-sells-at-auction-for-5-million-1848704543>
16. Article «Popular New TikTok Influencer Just Teaches Teens To Tie Nooses» Retrieved from: <https://www.theonion.com/popular-new-tiktok-influencer-just-teaches-teens-to-tie-1848721344>