

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 070

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-2-356-364>

Шифр научной специальности 5.9.9

Ирония и юмор в публицистике как когнитивная стратегия (медийно-культурологические аспекты)

Виктор Васильевич ХОРОЛЬСКИЙ 

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет»
394006, Российская Федерация, г. Воронеж, Университетская пл., 1
 khorolbox@mail.ru

Аннотация. Ирония как нарративно-когнитивная стратегия, по сравнению с социально-этической аналитикой в СМИ или с развлекательным пафосом смеха в публицистике, реже привлекала внимание исследователей, хотя её эвристический потенциал самоочевиден и отражён в трудах многих исследователей. Актуально изучение и экспликация взаимодействия и противоречий «когниции» и «гедонизма». Цель исследования: показать – на примерах преимущественно англоязычных текстов – специфику иронических подтекстов, создающих дополнительную повествовательную экспрессию, имеющую отношение к когнитивным стратегиям авторов, то есть к установке на расширение горизонтов познания в контексте современного развития теории массмедиа, коммуникологии и литературоведения. Метод исследования: когнитивно-контекстуальный, соединённый с историко-культурным анализом иронических дискурсов. Охарактеризована природа информационно-культурологического потенциала иронических дискурсов с учётом «постмодернистской чувствительности». Обоснована прагматическая целесообразность взаимодействия иронии и аналитики в конструировании эпистемологической парадигмы публицистических нарративов. Сделаны выводы о когнитивно-эвристическом значении комических элементов в публицистических текстах, пользе вторжения гедонистических ценностей в серьёзные медийные дискурсы, конфликте интересов «юмористов» и «когнитивистов» в медийных нарративах и в науке о массовых коммуникациях.

Ключевые слова: ирония, когнитивизм, гедонизм, юмор, медийный текст, публицистика

Для цитирования: *Хорольский В.В.* Ирония и юмор в публицистике как когнитивная стратегия (медийно-культурологические аспекты) // Нефилология. 2023. Т. 9. № 2. С. 356-364. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-2-356-364>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



Irony and humor in journalism as a cognitive strategy (media and cultural aspects)

Victor V. KHOROLSKY 

Voronezh State University

1 Universitetskaya Sq., Voronezh, 394006, Russian Federation

✉ khorolbox@mail.ru

Abstract. Irony as a narrative-cognitive strategy, in comparison with social and ethical analytics in the media or with the entertaining pathos of laughter in journalism, rarely attracted the attention of researchers, although its heuristic potential is self-evident and is reflected in the works of many researchers. The study and explication of the interaction and contradictions of “cognition” and “hedonism” is topical. The purpose of the study: to show, using examples of predominantly English-language texts, the specificity of ironic overtones that create additional narrative expression related to the cognitive strategies of the authors, that is, to the setting for expanding the horizons of knowledge in the context of the modern development of the theory of mass media, communication and literary criticism. Methods of the study: cognitive-contextual, combined with historical and cultural analysis of ironic discourses. The nature of the information and cultural potential of ironic discourses is characterized, taking into account the “postmodern sensitivity”. The pragmatic expediency of the interaction of irony and analytics in the construction of the epistemological paradigm of journalistic narratives is substantiated. Conclusions are drawn about the cognitive-heuristic significance of comic elements in journalistic texts, about the benefits of intrusion of hedonistic values into serious media discourses, about the conflict of interests of “humorists” and “cognitivists” in media narratives and in the science of mass communications.

Keywords: irony, cognitivism, hedonism, humor, media text, journalism

For citation: Khorolsky, V.V. Irony and humor in journalism as a cognitive strategy (media and cultural aspects). *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(2):356-364. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-2-356-364>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ И ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Иронический модус повествования справедливо считается классической стратегией публицистов, которые во все века высмеивают в своих произведениях пороки людей и социальных институтов. Вместе с тем объектом мягкой иронии или злой сатиры, как известно, часто является и сам процесс познания мира, порождающий немало абсурдных ситуаций, комических неувязок, нелепых парадоксов. Сама сложность изображаемой

действительности порождает скептическую улыбку повествователя, пытающегося познать все детали описываемых событий и человеческих страстей, а нередко эта же улыбка Чеширского кота мелькает и на лице медиакритика и/или коммуниколога [1–3]. Важной задачей коммуникологии является постижение глубинных смыслов речемыслительной деятельности тех создателей аналитической и сатирической публицистики, которые в своих текстах конструируют усложнённую модель действительности, прибегая к такой когнитивно-коммуникативной страте-

гии, как условно-комическая типизация явлений. Как правило, такое усложнение картины мира наблюдается в научно-популярной публицистике, реже в научно-учебной литературе, «эстетических» эссеизированных текстах, связанных между собой сетью субъективных ассоциаций и контекстуальных коннотаций.

Что обусловило актуальность рассмотрения медийно-когнитивных возможностей иронии в наше время? Во-первых, эпоха переоценки ценностей, научно-технических революций (НТР) и особенно глобальная интернетизация всей нашей жизни породили массу новых явлений, нуждающихся в постоянном переосмыслении и пояснении, что в свою очередь подстегнуло процессы медиаобразования и научно-популярной наррации в СМИ. Во-вторых, журналистская когнитивная в условиях НТР и искусственного интеллекта (ИИ) трансформирует особенности усвоения и переработки огромных массивов информации, подталкивая журналистов и популяризаторов научного знания к поиску игровых моделей коммуникации, основанных на стратегиях, облегчающих достижение положительного результата коммуникативного акта, успеха в социальных диалогах. В-третьих, познавательная практика в сфере массмедиа подтверждает незаместимость публицистической иронической парадигмы в системе «генеративных практик», которые Н. Хомский, автор теории «генеративной грамматики», увязывал с эмерджентностью, малой предсказуемостью, а порой и неожиданностью появления новых знаний¹. Под эмерджентностью (эмергентностью) Н. Хомский подразумевал саморазвитие, синергизм информационных потоков, ведь «любые умственные проявления... суть эмергентные свойства мозга»², то есть и юмор, и ирония выступают как фермент работы мозга, фермент взаимопонимания коммуникаторов, главной целью которых должна быть успешность диалога, о чём писали воронежские исследователи [4; 5], изучавшие юмор в литературе и публицистике в течение многих лет.

¹ Хомский Н. Избранное. М.: Энциклопедия-ру, 2016. 720 с.

² Там же. С. 609.

РЕЗУЛЬТАТЫ, НОВИЗНА ИССЛЕДОВАНИЯ

Юмористические и сатирические возможности авторов медийных и художественных текстов (МТ и ХТ) обусловлены особенностями комического модуса познания и спецификой репрезентации действительности в различных по содержанию текстах и дискурсах. Национальные языки формировались с учётом данной важнейшей функции речемыслительной деятельности, с учётом многомерности и неоднозначности человеческого общения, далёкого от прямолинейной рациональности. В любых сферах жизнедеятельности комическое может легко проявить интенции автора и собеседника. Возьмём для иллюстрации сферу деловых, экономических отношений, отражаемую и в СМИ, и в литературе. Иронический модус повествования, формируясь в лоне смеховой культуры, всё заметнее влиял и сегодня влияет на сферу иронического терминообразования, наглядным примером чему может служить финансово-экономическая терминосфера, где серьёзность коммуницирования задана «по умолчанию». Чтобы сделать коммуникативные процессы в этой сфере понятнее, а диалог коммуникаторов успешнее, авторы МТ прибегают к метафорическим наименованиям-профессионализмам, к жаргонной номинации, ироническому «перетолкованию» терминов, что порой способствует переходу от термина к бытовой лексике, причём детерминологизация, как правило, имеет ироническую окраску. Вот лишь три образца иронической метафоризации терминов с явно комическим подтекстом:

1. *Is This Market Rebound a “Dead-Cat Bounce”?* (Является ли этот прыжок рынка «отскоком Дохлой кошки»?³).

Как известно, вошедшее в экономические словари выделенное в цитате словосочетание имеет значение временного оживления в торговле акциями, за которым чаще

³Хорольский В.В. Неологизмы в современной англоязычной публицистике и их стилистические функции // Неродные языки в учебных заведениях: материалы Междунар. науч. конф. Вып. 5. Воронеж: ВКИ, 2000. С. 134-137.

всего следует резкое падение цены акций. Повышение курса доллара в наши дни, по мнению многих американских экономистов, может восприниматься как единовременная реакция рынка на события в Европе, серия прыжков вверх может быть долгой, если, как сегодня в Украине, переговоры о мире провалятся. Но общий обвал экономических показателей неизбежен, кошка упадёт и не встанет. Возможно, экономика США ещё пойдёт вверх, а возможно, что «финансовый пузырь» (ещё одна ироническая терминологическая метафора) лопнет. Серьёзные размышления об этом часто звучат иронически в связи с лицемерием милитаристских элит в США, не желающих прекратить поставки оружия на Украину и в то же время постоянно призывающих РФ к миру. Рассогласование между внешним и внутренним дискурсами порождает ощущение абсурда, который корреспондирует с чёрным юмором. Однако ироническая суть терминологической идиомы *the dead cat bounce* в медийных текстах (МТ) преобладает. Появился термин-двойник «двойной прыжок «дохлой кошки»⁴.

2. *Golden handcuffs* (золотые наручники)⁵ – термин, обозначающий финансовые стимулы, бонусы, используемые для того, чтобы убедить специалистов приходить в какую-либо организацию или не уходить из фирмы. Иронической окраской термин обладает в связи с известной идиомой: бесплатный сыр только в мышеловке.

3. *Жертва продольной пилы* [6, p. 127].

Последнее профессиональное речение, вошедшее в экономические словари, обозначает игрока на бирже, брокера, который покупал акции, когда они стоили дорого, а продать пришлось, когда цены упали. Подобные профессионализмы популярны в массовых СМИ: скажем, квази-термин «опраизация», то есть предельно откровенная, на грани эксгибиционизма, манера ведущих ток-шоу на телевидении, порождён прецедентным именем знаменитой ведущей (Oprah Winfrey, Опра Уинфри), давшей, кстати, повод ещё

для одной медийной шутки: “Soap Oprah”, то есть «мыльная Опра».

В эссеистических текстах, близких к универсалиям художественной литературы, иронические и юмористические интонации звучат более явственно. Иногда они придают тексту гротескный и парадоксальный характер, тяготеющий к паттернам традиционного модернистского «чёрного юмора». Вспоминается знаменитый памфлет Дж. Свифта «Скромное предложение», в котором автор предлагает, чтобы дети бедных ирландцев «не были бременем для своих родителей или страны и чтобы они приносили пользу обществу», продавать их как мясо на стол английских аристократов. Свифт, выступая как диететический автор-персонаж, гиперболизируя ситуацию, заявлял в своём МТ: «Молодой здоровый ребёнок, которого хорошо кормят, в годовалом возрасте является самым вкусным» [6, p. 124]. Характерно, что свифтовский гротескный стиль не был понят современниками, обвинившими его в человеконенавистничестве. Он опирался на условные методы ядовито-сатирической типизации и игровой аргументации, надевая на героя-повествователя маску дидактического ратора. Он вложил в уста вымышленного автора «Предложения» абсолютно серьёзный месседж, используя буффонадные приёмы, которые высмеивали влиятельного в то время социолога Уильяма Петти и социальную инженерию, популярную среди последователей Фрэнсиса Бэкона. Ирония в данном случае требует пояснений, так как контекст многим читателям нашего века просто мало известен. Для понимания смысла фантастической мистификации надо знать о страшном голоде в Ирландии, поездках «министра без портфеля» Свифта в Лондон с требованием оказать помощь беднякам и т. п. Расширение горизонта познания с помощью горького смеха было присуще и русской публицистике (М.Е. Салтыков-Щедрин, А. Платонов и др.). В англосаксонской традиции ирония реже имеет ту социально-политическую остроту, какую мы видим в статьях и эссе русских авторов, призывающих Русь к топору.

Учениками Свифта были Ч. Диккенс, У.М. Теккерей, Г.К. Честертон, О. Уайльд,

⁴ Хорольский В.В. Неологизмы в современной англоязычной публицистике и их стилистические функции. С. 136.

⁵ Там же. С. 137.

Дж. Барнс и многие другие знаменитые авторы. Последний известен как создатель политических МТ, в которых высмеивалось современное западное общество и особенно властные структуры и отношения. Автор «Писем из Лондона» так пишет во введении к своей книге, вобравшей в себя лучшие образцы его политической сатиры, опубликованной в СМИ США и Англии:

Писать для The New Yorker означает... подвергаться редактуре The New Yorker, бесконечно цивилизованный, радательный и благотворный процесс, который откровенно сводит тебя с ума... Если, например, фактчекеры пытаются подтвердить, что сон о хомяках, который приснился твоему дедушке в ночь, когда Гитлер вторгся в Польшу, – сон, который нигде не был зафиксирован в письменной форме, но изложен был тебе лично... вот тут ты примирительно бормочешь: «Думаю, это можно оставить на совести автора»... Но однажды произнесённые эти слова обладают безмятежной властью, совершенно понтификианской⁶.

Данная цитата позволяет узнать и понять некоторые закономерности изображения и познания комических сторон литературно-журнальной жизни на Западе, объяснить национальную специфику английской иронии. Читая книгу «Письма из Лондона», можно выявить особенности использования непрямого оценочного стиля, содержащего иронический подтекст. Познавая «радательный и благотворный» процесс жесткого редактирования в американском журнале «Нью-Йоркер», где Барнс сотрудничал в 1990-е гг., читатель восхищается авторской манерой сочетать прямо выраженное уважение к качественному изданию с вежливой насмешкой над излишней дотошностью молодых цензоров, поучающих маститого писателя. С одной стороны, будучи сотрудником известнейшего издания, где печатались Э. Хемингуэй,

Ф.С. Фитцджеральд, Дж. Чивер и другие классики, Дж. Барнс смиренно выполняет просьбы-приказы редакции, отмечая в своих воспоминаниях высокий уровень фактчекинга, но, с другой стороны, он показывает детали (*сон о хомяках, который приснился дедушке в ночь, когда Гитлер вторгся в Польшу*), малозначимость которых для политической статьи очевидна. Именно здравый смысл, а не наукообразная глубина рассуждений, характерная для многих деловых изданий, служит базой барнсовской когнитивной в его публицистике. Ключевые слова «на совести автора» в редакции обладают «безмятежной властью, совершенно понтификианской», то есть существует конвенция, всем журналистам прекрасно известная, возлагающая ответственность за точность изложения на автора, и этим можно пользоваться, но не всегда. Эпитет «понтификианская» (власть) обладает большим радиусом семантического воздействия уже в силу того, что вера в авторитет Папы Римского остаётся на Западе для огромного числа людей внешне непререкаемой. Данную деталь нравоописания надо иметь в виду, анализируя атмосферу в СМИ Англии и США. Предельная точность деталей не спасает от искажения истины – таков подтекст и источник иронии автора книги. Эпитет *понтификианская* (власть) в контексте сегодняшнего комикования в СМИ особо значим, ибо он концентрирует в себе специфику подспудной, но несомненной иронии, даже некоторой социальной сатиры, причём сама приведённая выше цитата, дающая нам, россиянам, шанс задуматься о границах политической цензуры, далека от модели добродушного английского юмора. Выбор этической позиции важен и для автора, и для редакции, и для потребителя, что снова возвращает нас к трюизму: чтобы делать выбор, надо много знать. Автор и читатель должны установить демаркационную линию между гедонизмом и когнитивией, хотя в жизни и пространстве МТ эти категории мирно сосуществуют. Любопытная деталь: первое эссе в книге Барнса названо «Депутат-ТВ». Дж. Барнс показывает лицемерие английской морали на примере политического дискурса депутатского бомонда: «...новой

⁶ Барнс Дж. Письма из Лондона. М.: Хранитель, 2008. С. 13.

потехой, которую нам пообещали, стала телетрансляция заседаний Палаты общин»⁷.

Дж. Барнс-публицист язвительно комментирует скандал вокруг депутата Рона Брауна, любившего принимать участие в ток-шоу и поведением напоминавшего российского политика В.В. Жириновского. Изображая серьёзные проблемы руководства страной, автор очерка «Депутат-ТВ» с первых слов с ядовитой усмешкой дистанцируется от власть имущих, хорошо зная подноготную выборов, голосования депутатов, логику принятия парламентских решений. Папарацци сфотографировали Рони и его секретаря Нону в душе, после чего в Лондоне пошли сплетни (нет дыма без огня), мол, любовники в душе занимались сексом, и это всё – в здании Палаты Общин. Автор с сарказмом замечает, что вскоре «Нона завела себе нового любовника некоего торговца коврами». Рони как-то неожиданно пришёл на квартиру, где ранее встречался с Ноной, и обнаружил там её нового любовника. Он бутылкой «вдребезги расколошматил все окна в квартире», забрал из комнаты лампу, на которой... сушились трусы бедной девушки. По совету адвоката секретарь Рони заявила в суде, что депутат похитил её собственность и бельё. Итог: «дело о трусах Ноны» служило источником бодрости для суда Короны в Льюисе и привлекающему к нему избирательному округу, голосующему за консерваторов, на протяжении недели»⁸. Эта фраза Барнса является примером постмодернистской амбивалентной иронии, сочетающей сатирическое нравописание и авторское отстранение от поиска истины, релятивизацию ценностей как осознанный выбор (чума на оба ваши дома...). Знание деталей быта верхов помогает проницательному читателю делать более широкие обобщения. Выводы нарратора не всегда совпадают с выводами реципиента.

Ирония иногда встречается и в научных статьях, что имеет повышенный когнитивный резонанс: эмерджентный МТ в научно-популярных и тем более в сугубо научных сообщениях изначально связан с серьёзным

контекстом, что можно подтвердить таким примером:

В мире нет штатных исследователей юмора. Несколько лет назад ходили слухи, что такой институт существует во Франции, но это никогда не было независимо подтверждено, и странность французских академических связей и званий, прежде чем ЕС попытался гомогенизировать их в какую-то систему, подобную американской, сделала это дело ещё сложнее [7, р. 4].

Данная цитата из Предисловия редактора В. Раскина к научным статьям, посвящённым исследованию юмора в культуре, показывает умение автора, обращаясь к «высоколобым» мэтрам, говорить с ними на языке иронии: по его мнению, стиль научного исследования не обязательно соответствует стилю изучаемых текстов, но помнить о природе материала, далёкого от строгой гносеологической парадигмы, необходимо. В. Раскин выражает критическое отношение к объекту иронии, системе образования, но тут же редактор сборника статей о юморе и иронии в искусстве развлекает читателя, который скорее всего будет компетентным судьёй-критиком и авторов сборника статей, и мнений Редактора.

Другой пример иронии в научном тексте взят нами из статьи известного коммуниктивиста О.Я. Гойхмана, с иронией вопрошающего о границах познания:

Возникает вопрос: не слишком ли обширен перечень дисциплин (от технических до гуманитарных), необходимых для характеристики одного научного направления? Это не только вопрос терминологии, главное – в чём же здесь объект и предмет научно-образовательной деятельности? Следует ли, например, при обучении письму в Интернете объяснять устройство компьютера и особенности работы провайдера? Или в чём особенность коммуникации крыс, в рацион питания которых включали сыр сулугуни? [8, с. 5].

⁷ Там же. С. 15.

⁸ Барнс Дж. Письма из Лондона. М.: Хранитель, 2008. С. 37-38.

Ирония автора уместна, так как он прочитал много научных статей и статей-симулякров, в которых много малопонятных терминов. Он подчёркивает с помощью комической гиперболизации ненужность изучения *особенностей коммуникации крыс*, когда бушуют информационные войны, страдают миллионы людей. Животных пусть описывают биологи или психологи, но теория массмедиа и коммуникология имеют свою сферу интересов, вступающих не только в диалог-согласие с другими дисциплинами, но и в конкурентную схватку, конфликт интересов, пограничные споры, поэтому демаркация эвристических границ напрашивается сама собой, о чём справедливо писала воронежская исследовательница К.М. Шилихина [9, с. 122]. Говоря об эффектах иронической эпистемы в СМИ, можно напомнить и о распространении такого приёма комикования, как «антипословица». Рассмотрим два примера.

1. *Where there's a will, there's a lawsuit.*

Данная антипословица построена на трансформации привычной пословицы *Where there's a will, there's a way* (где есть воля, там есть и способ её достижения). Лексема *a will* (воля, завещание) даёт повод для шутки своей полисемией: в антипословице *a lawsuit* меняет содержание фразы: *где есть завещание, там есть и судебный процесс*. Языковая игра, основанная на трансформации известных выражений и прецедентных феноменов, широко используется в газетных заголовках.

2. *A penny saved is a penny taxed.* (Источник антипословицы: *A penny saved is a penny earned*), то есть в прецедентном тексте появляется парадокс: работник сэкономил в производственном процессе, но его прибыль тут же облагается налогом, что не стимулирует трудовую инициативу. Развлекательная стратегия способствует разрушению стереотипов и активизирует работу сознания. Игра становится когницией.

ВЫВОДЫ

Теоретики-коммуникативисты могут изучать любое общение, но они больше озабочены социальной проблематикой, при воссоздании которой авторы постоянно прибегают к гедонистической экспрессии, стихии несерьёзного слова, будь то ирония, юмор, прецедентные феномены или паремия в форме «антипословиц». Коммуникология как наука о самых общих закономерностях коммуникативных процессов изучает приёмы комического письма с целью приблизить чаемую гармонию диалога-согласия, гарантирующего успешность переговоров, дискуссий, публичных обсуждений. Эта наука о словах и смыслах по определению диктует неизбежность плюрализма и отвергает жёсткую цензуру. Комическая стихия пронизывает серьёзные дискурсы, порождая симбиоз прямого и косвенного оценивания отображаемой реальности с опорой на гиперболу и гротеск. Контекстуальное изучение намёков и аллюзий в МТ помогает аналитикам и медиакритикам точнее судить о значимости наррации и масштабе генерализаций в дискурсах.

Гедонизм, будучи амбивалентным явлением в философии и обыденной жизни, помогает процессу восприятия и толерантного рассмотрения чужого слова. Когнитивные потенции популярного изображения в МТ реалий бытия делают юмор и иронию эффективным средством расширения границ познания, делают несерьёзный тон маской и важным феноменом в герменевтических процедурах. Ироническое отстранение аналитика от эмоций персонажей в МТ, его «вненаходимость» по отношению к героям наррации, как писали М. Бахтин и другие учёные [9; 10], является продуктивной познавательной стратегией. Данная стратегия доказала свою эффективность в трудах названных выше исследователей, её влияние на искусство, литературу и журналистику очевидно.

Список источников

1. Барнс Дж. Нечего бояться. М.: Эксмо, 2012. 384 с. <https://search.rsl.ru/ru/record/01005414867>
2. Райзберг Б.А., Лозовский Л.М., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. М.: ИНФРА-М, 1998. 476 с. <https://search.rsl.ru/ru/record/01001801969>
3. Натхо О.И. Паремнологическая картина мира в английской лингвокультуре // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2009. № 3. С. 138-142. <https://elibrary.ru/kzprql>
4. Кройчик Л.Е. Смешное и грустное: этюды на темы русской комической литературы XIX–XX веков. Воронеж: Изд. дом ВГУ, 2014. 364 с. <https://search.rsl.ru/ru/record/01007848428>
5. Хорольский В.В. Зарубежная публицистика в эпоху Постмодерна. Проблемы анализа медийных дискурсов. Воронеж: Воронежский гос. ун-т, 2019. 110 с. <https://elibrary.ru/ydlgvn>
6. Wilson D., Sperber D. Explaining Irony // Meaning and Relevance. Cambridge: Cambridge University Press, 2012. P. 123-146. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139028370.008>
7. Raskin V. Theory of humour and practice of humour research: Editor's notes and thoughts. Berlin; New-York: Mouton de Gruyter, 2008. 351 p. <https://doi.org/10.1515/9783110198492.1>
8. Гойхман О.Я. Коммуникативистика в современном обществе // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. М., 2012. Т. 1. № 1. С. 4-8. <https://elibrary.ru/qbmxur>
9. Шилихина К.М. Ироническое выражение деонтической оценки в общественно политическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2013. № 1 (43). С. 121-127. <https://elibrary.ru/pwnavx>
10. Храмченко Д.С. Ирония как средство активизации синергичных процессов прагма-семантической самоорганизации английского делового дискурса // Вестник Самарского государственного университета. 2009. № 1 (67). С. 175-180. <https://elibrary.ru/oopeqv>

References

1. Barns Dzh. *Nechego boyat'sya* [Nothing to Fear]. Moscow, Eksmo Publ., 2012, 384 p. (In Russ.) <https://search.rsl.ru/ru/record/01005414867>
2. Raizberg B.A., Lozovskii L.M., Starodubtseva E.B. *Sovremennyyi ehkonomicheskii slovar'* [Modern Economic Dictionary]. Moscow, INFRA-M Publ., 1998, 476 p. (In Russ.) <https://search.rsl.ru/ru/record/01001801969>
3. Natkho O.I. Paremiologicheskaya kartina mira v angliiskoi lingvo-kul'ture [Paremiological picture of the world in English linguoculture]. *Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta* = *Pyatigorsk State Linguistic University Bulletin*, 2009, no. 3, pp. 138-142. (In Russ.) <https://elibrary.ru/kzprql>
4. Kroichik L.E. *Smeshnoe i grustnoe: ehtyudy na temy russkoi komicheskoi literatury XIX–XX vekov* [Funny and Sad: Studies on the Themes of Russian Comic Literature of the 19th–20th Centuries]. Voronezh, Voronezh State University Publishing House, 2014, 364 p. (In Russ.) <https://search.rsl.ru/ru/record/01007848428>
5. Khorol'skii V.V. *Zarubezhnaya publitsistika v ehpokhu Postmoderna. Problemy analiza mediinykh diskursov* [Foreign Journalism in the Postmodern Era. Problems of Analysis of Media Discourses]. Voronezh: Voronezh State University Publ., 2019, 110 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ydlgvn>
6. Wilson D., Sperber D. *Explaining Irony. Meaning and Relevance*. Cambridge, Cambridge University Press, 2012, pp. 123-146. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139028370.008>
7. Raskin V. *Theory of humour and practice of humour research: Editor's notes and thoughts*. Berlin; New-York, Mouton de Gruyter Publ., 2008, 351 p. <https://doi.org/10.1515/9783110198492.1>
8. Goikhman O.Ya. Communication science in the modern society. *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika* = *Scientific Research and Development. Modern Communication Studies*, 2012, vol. 1, no. 1, pp. 4-8. (In Russ.) <https://elibrary.ru/qbmxur>
9. Shilikhina K.M. Ironic expression of deontic evaluation in public political discourse. *Politicheskaya lingvistika* = *Political Linguistics*, 2013, no. 1 (43), pp. 121-127. (In Russ.) <https://elibrary.ru/pwnavx>
10. Khranchenko D.S. Ironiya kak sredstvo aktivizatsii sinergiinykh protsessov pragma-semanticheskoi samoorganizatsii angliiskogo delovogo diskursa [Irony as a means of activating synergistic processes of pragma-semantic self-organization of English business discourse]. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta* = *Vestnik of Samara State University*, 2009, no. 1 (67), pp. 175-180. (In Russ.) <https://elibrary.ru/oopeqv>

Информация об авторе

Хорольский Виктор Васильевич, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики и литературы, Воронежский государственный университет, г. Воронеж, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0003-0824-8919>, khorolbox@mail.ru

Вклад в статью: общая концепция статьи, поиск и анализ литературы, работа с источниками, анализ медиа-текстов, обработка и редактирование материала, анализ полученных результатов, написание текста статьи.

Поступила в редакцию 20.02.2023

Одобрена после рецензирования 05.04.2023

Принята к публикации 20.04.2023

Information about the author

Victor V. Khorolsky, Dr. habil. (Philology), Professor, Professor of Journalism and Literature Department, Voronezh State University, Voronezh, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0003-0824-8919>, khorolbox@mail.ru

Contribution: main study conception, literature search and analysis, work with sources, analysis of media texts, processing and editing material, obtained results analysis, manuscript text drafting.

Received February 20, 2023

Revised April 5, 2023

Accepted April 20, 2023