

ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ САТИРИ ЯК ЕХО МЕНТАРЕПРЕЗЕНТАЦІЇ У БРИТАНСЬКОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Юрчишин В. М.

доктор філософії,

асистент кафедри англійської філології

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

ORCID ID: 0000-0001-8481-1174

Ключові слова: *сатира, ехо висловлення, дисоціативне ставлення, метареференція, медійний дискурс.*

У статті розглянуто лінгвопрагматичні характеристики сатири як ехо метареференції у британському медійному дискурсі (на матеріалі журналу *Private Eye*). Охарактеризовано принцип формування сатири за допомогою апеляції до ехо висловлень та визначено основні лінгвопрагматичні засоби, задіяні в утворенні цих ехо висловлень. Зокрема, встановлено, що найбільш вживаними лінгвопрагматичними засобами формування ехо висловлень є цитації та прецедентні феномени, зокрема прецедентні жанри, а також повтори та риторичні запитання. Проаналізовано принцип передачі дисоціативного ставлення сатирика до об'єкта сатири і з'ясовано, що сатира направлена не на безпосередню передачу думки сатирика, а на вираження критичного відношення до метареферентованої думки. Дисоціативне ставлення сатирика реалізується за допомогою сатурації, яку сатирик реалізує такими мовно-стилістичними засобами: емоційно забарвлені прикметники та прислівники, повтори, вживання слів іншомовного походження, а також прецедентні феномени, зокрема, прецедентні імена, а також за допомогою стилістичної несумісності. Ці мовно-стилістичні засоби не лише виступають основними маркерами дисоціативного ставлення автора до цього ехо висловлення, показуючи невідповідність між ідеальним та реальним станом речей, вони також створюють комічний ефект сатири. Відтак зроблено висновок, що сатира є ехо метареференцією дисоціативного ставлення сатирика до об'єкта сатиричної критики. Наявність імпліцитно вираженого дисоціативного ставлення автора до об'єкта сатиричної критики є обов'язковим атрибутом сатиричних висловлень, реалізованим за допомогою винесення на перший план невідповідності між реальним та очікуваним за допомогою метареференцій.

LINGUOPRAGMATIC CHARACTERISTICS OF SATIRE AS ECHO METAREPRESENTATION IN BRITISH MEDIA DISCOURSE

Yurchyshyn V. M.

Doctor of Philosophy,

Assistant of the Department of English Philology

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University

ORCID ID: 0000-0001-8481-1174

Key words: *satire, echo utterance, dissociative attitude, metarepresentation, media discourse.*

The article defines linguopragmatic characteristics of satire as echo metarepresentations in British media discourse. The study characterizes the principle of satire creation by means of echo utterances and determines the main linguopragmatic means used in the formation of echo utterances. The research establishes that the most widely used linguopragmatic means of echo utterances formations are quotations, precedent related phenomena, precedent names in particular, repetitions and rhetorical questions. The research analyzes principles of the satirist's dissociative attitude expression. The article establishes that satire is not aimed at explicit communication of the satirist's intended meaning but its goal is to implicitly convey the author's critical attitude towards a metarepresented idea. The dissociative attitude is realized by means of saturation, created by the satirist with the help of such linguo-stylistic means as emotive adjectives and adverbs, repetitions, words borrowed from other languages, precedent related phenomena, especially precedent names and stylistic inconsistency. These linguo-stylistic means not only express dissociative attitude towards the echo utterances, highlighting inconsistency between the existing and the ideal state of affairs but they also create comic effect of satire. Thus, the study concludes that satire is echo metarepresentation of the satirist's dissociative attitude to the satirical target. Implicitly expressed dissociative attitude of the author to the satirical target is a necessary attribute of a satirical utterance and it is realised by highlighting the inconsistency between reality and expectations.

Вступ. Сатирична мова як важливий компонент людського спілкування є ефективним способом вираження критичного ставлення до певних суспільних чи особистісних недоліків у супроводі гумористичного ефекту. Сатира як засіб вираження комічного, разом із іншим засобом вираження комічного – іронією, вживається для підкреслення невідповідностей та суперечностей між ідеальним та реальним із метою вираження дисоціативного ставлення до існуючого стану речей (Юрчишин, 2020; Юрчишин, 2021в). Ця невідповідність породжує критичне ставлення до прикладів нівелювання та маніпуляції суспільними цінностями, усталеними принципами та ідеалами (Юрчишин, 2020; Юрчишин, 2021в; Юрчишин, 2021г).

Матеріали та методи. Незважаючи на те, що сатира є надзвичайно поширеним методом прихованої соціальної і політичної критики, яка використовується у різних медіумах, таких як фільми, книги, газети, телепередачі, ток-шоу, політичні мультфільми тощо (Юрчишин, 2021; Skalicky, 2015; Skalisky, 2018; Yurchyshyn, 2021), сатира була дискримінована у плані інтересу до

неї в рамках лінгвопрагматики. Більшість концептуалізацій сатири базуються на класичному підході літературної критики (Abrams, 1999; Conred, 2012; Maslo, 2019) і визначають її як вид комічного, головним завданням якого є критика, викриття та висміювання будь-яких соціальних, суспільно-політичних та побутових явищ. Проте використання сатири для критичного висміювання соціальної поведінки простежується не лише в літературних творах, а й в медіапросторі, і саме у засобах масової інформації найяскравіше проявляється персуазивний ефект сатири (Yurchyshyn, 2021: 11). Однак сатира характеризується імпліцитністю вираження критичного ставлення без використання прямих засобів критики через апеляцію до ехо висловлень.

Метою дослідження є визначення лінгвопрагматичних характеристик сатири як ехо метаре презентації у британському медійному дискурсі. Матеріалом дослідження є 78 інформаційних та практико-аналітичних статей британського сатиричного журналу *Private Eye* за період із 2019 по 2021 рр.

Методологічну основу дослідження складає поєднання двох лінгвопрагматичних підходів до визначення характерних ознак засобів вираження комічного, зокрема стилістико-прагматична методологія дослідження сатири в рамках дискурсивного підходу до сатири, запропонована П. Сімпсоном (Simpson, 2003), та прагматичний підхід до визначення іронії, запропонований Д. Уїлсон та Д. Спербером, де іронія розглядається ехо висловлення, метою якого є висміювання думки, вираженої у вихідному висловленні (Sperber & Wilson, 1995; Wilson, 2012).

Результати. Сатира – це дискурсивна взаємодія між сатириком (автором сатиричного тексту), реципієнтом сатири (читачем) та об'єктом сатири (об'єктом критики) з метою розкритикувати чи висміяти об'єкт сатири, створюючи при цьому гумористичний ефект (Simpson, 2003; Юрчишин, 2021а). Побудова сатиричних текстів включає «поєднання та протиставлення між двома опозиційними дискурсивними слотами, названими *праймом* та *діалектичним* елементом сатири (Simpson, 2003; Юрчишин 2021б; Юрчишин, 2021в). Вважаючи іронію ключовим компонентом сатиричного дискурсу та виділяючи два типи іронії – стандартну іронію та іронію, як ехо-висловлення, сатира формується за допомогою асиміляції іронії у концепти *прайм* та *діалектичний* елементи сатири (Simpson, 2003; Юрчишин, 2021в). Відтак сатиру можна вважати «іронією всередині іронії» (“satire as irony within irony”) (Simpson, 2003: 90; Юрчишин, 2021в: 62), де *прайм* формується по принципу іронії як ехо висловлення, а *діалектичний* елемент, який, на думку П. Сімпсона, є другою іронічною фазою сатири, експлікується за допомогою стандартної іронії (Simpson, 2003; Юрчишин, 2021в). Цей тип іронії породжує дискурсивний поворот за допомогою імплікатури, тобто свідомого порушення максимумів мовлення Грайса, або ж за допомогою ширшої стратегії формування гумористичного дискурсу – генерування інконгруентності (Simpson, 2003: 90–96; Юрчишин, 2021в: 61).

Оскільки в основі сатири лежить іронія (Simpson, 2003; Юрчишин, 2021в), це означає, що сатира абсорбувала таку ключову прагматичну характеристику іронії, як імпліцитність – невідповідність між самим висловом та переданим значенням, тобто істинні інтенції сатирика виражені не буквально, а за допомогою імплікатур. Виявлення цих імплікатур у сатиричних висловленнях залежить від: «по-перше розпізнання висловлення, як повторення певної думки (ехо висловлення); по-друге, від ідентифікації джерела ехо висловлення; і по-третє, ідентифікації дисоціативного ставлення мовця до цього ехо висловлення» (Simpson, 2003: 240).

Ехо висловлення – це відлуння у дискурсі певної думки, ідеї, яка належать певній людині, мовцю в іншому контексті чи людству загалом і від якої дистанціюється сатирик, над яким насміхається і яке критикує. Поняття ехо висловлення є широким, «оскільки воно охоплює пряме відлуння попередніх висловлень певних думок (реальних чи уявних), норм чи сподівань» (Yus, 2016: 196). «Думка, яку повторюють не повинна бути прямо виражена у висловленні: це може бути і невиражена надія, сподівання, певна точка зору чи просто очікування, які сформувалися на основі певних суспільних норм» (Wilson, 2012: 46).

Наприклад, у постійній рубриці журналу *Private Eye* під назвою *Diary*, подано записи щоденника, написаного дизайнером К. Лагерфельдом про перші враження від раю, куди він потрапив після смерті:

Pearly gates are so yesterday, no? You have pearls, you have gates. But to combine them is so démodé, hm?

That is what I want to tell the concierge when he comes to deliver his oafish greetings.

I stare hard, through those cheap vulgar bourgeois gates, so cheap, so ugly. What sort of bourgeois venue is this that they have brought me to?

I am looking at the chest-tag this concierge is wearing. So barbaric, the chest tag...

...“Saint Peter” it says. “Welcome. Bienvenue. Willkommen.” This branding is so yesterday.

Saint Peter has the beard, he has the deep voice, he has the awful flowing robe. It is a kaftan! If you are driven to wear the kaftan, you have lost all control of your life...

...He signs me in. On his feet are the sandals with the open toes. Unforgivable, hm? I love the sandal, of course I do, but only as an accessory, perhaps turned into an earring. Never on the foot!...

...“I despise rejoicing. It gives you wrinkles. Rejoice elsewhere, if you must. And praising, too. Praising is so ageing. Look at Mother Theresa, hm?”...

...We are joined by angels, such a bore. To have wings sprouting out of your back, this is not a good look. And the halo is so dull, so dreary, so ugly, no? Cut out the carbohydrates, get slim, and use it as a hula-hoop, no? (Private Eye 8 March – 21 March 2019: 33)

У цьому прикладі манера критики модних дизайнерів сучасності, виражена вустами одного із найнеординарніших представників світу моди К. Лагерфельдом, реалізується за допомогою ехо висловлень. Для того, щоб реципієнт сатири міг легко ідентифікувати ці ехо висловлення, автор будує цю статтю за допомогою переплетення цитатій слів дизайнера, сказаних у різних контекстах, зокрема сатирик апелює до повторів

прислівника *so* (*so yesterday, so démodé, so aging, so cheap, so ugly*). Більше того, сатирик пише статтю від першої особи однини, апелюючи до прецедентного жанру щоденника, для того, щоб допомогти читачу легше ідентифікувати джерело цих ехо висловлень. Окрім того, апеляція до прецедентних феноменів, які характеризуються широким рядом асоціацій, дає можливість сатирику збільшити кількість можливих імплікацій.

Відтак до найбільш вживаних лінгвопрагматичних засобів формування ехо висловлень в межах цієї статті відносимо *цитатії* (*I despise rejoicing. It gives you wrinkles*) та *прецедентні феномени*, зокрема *прецедентний жанр щоденника*, а також *повтори* (*so yesterday*), *риторичні запитання* (*But to combine them is so démodé, hm? ... Look at Mother Theresa, hm? ... My advice?*) та *цитати коментарів* стосовно навіть найдрібніших деталей інтер'єру та одягу (*On his feet are the sandals with the open toes*).

Окрім відлуння певної думки, необхідним елементом сатири, «успадкованим» від іронії, є обов'язкова присутність дисоціативного ставлення сатирика до ехо-висловлення. Більше того, «дисоціативне ставлення не обов'язково мусить бути направлене на думку, яка повторюється, воно може стосуватися однієї із її імплікацій, чи імплікатур вищого рівня» (Piskorska, 2014: 664; Юрчишин, 2021в: 63). Це дисоціативне ставлення може варіювати від несхвалення чи розчарування до зневаги та презирства, при цьому сатира, на відміну від іронії, характеризується наявністю чітко вираженого презирливого глузування із об'єкта сатиричної критики, і саме це різко критичне глузливе ставлення є обов'язковим елементом для присвоєння висловленню статусу сатиричного (Юрчишин, 2021в: 63).

Використання такого сакрального місця, як рай, для винесення «модного вироку» передає дисоціативне ставлення сатирика до тенденції дизайнерів критикувати все і всіх, навіть там де це є недоречно. Дисоціативне ставлення сатирика реалізується за допомогою сатурації, яку сатирик реалізує такими мовно-стилістичними засобами: емоційно забарвлені прикметники та прислівники (*So barbaric, so cheap, so ugly so dull, so dreary, so ageing, so yesterday*) вживання слів іншомовного походження (*so démodé, "Welcome. Bienvenue. Willkommen."*) а також прецедентні феномени, зокрема, прецедентні імена (*Saint Peter, Mother Theresa*), а також за допомогою стилістичної несумісності (*We are joined by angels, such a bore ... And the halo is so dull, so dreary, so ugly, no? Cut out the carbohydrates, get slim, and use it as a hula-hoop, no?*). Окрім формування дисоціативного ставлення, ці мовно-стилістичні засоби виконують ще одну важ-

ливу прагматичну функцію – створюють комічний ефект сатири.

Однак сатира «успадкувала» від іронії не лише спосіб передачі дисоціативного ставлення, ці два засоби вираження комічного також мають схожу природу породження гумористично-критичного смислу через підкреслення невідповідності між реальним та очікуваним. Більше того, сатира є метарепрезентацією», адже сатира не виражає експліцитно ті значення, які хотів передати сатирик, а є повторними репрезентаціями вже існуючих репрезентацій. У випадку метарепрезентацій змістом репрезентацій стають уже існуючі репрезентації – вербальна (лінгвістична) або ментальна. Іншими словами, уже існуючий у свідомості людини певний фрагмент «репрезентованого світу» знову піддається репрезентації – метарепрезентації. Це перш за все емоції плани, вірування, певні переконання, бажання, ментальні стани, відчуття, наміри тощо (Клепикова, 2008: 6). Таким чином, метарепрезентація – це здатність розуму репрезентувати «репрезентацію вищого рівня за допомогою закладеної в середину неї презентації нижчого рівня» (Wilson, 2012), тобто метарепрезентації – це «репрезентації репрезентацій».

Оскільки сатира не направлена на безпосередню передачу думки сатирика, а на метарепрезентацію думки когось іншого, або ж своєї власної думки але в іншому сценарії, і, що найголовніше, на вираження відношення до цієї думки, це доводить, що сатира є ехо метарепрезентацією дисоціативного ставлення сатирика до об'єкта сатиричної критики.

Розглянемо, до прикладу, ще одну статтю:

Care homes “not obliged to give residents a reason to live”

By Our Elderly Correspondent Al Zeimers

The government has confirmed that the advice given to care homes – specifically, that residents should be allowed out for short walks without the need to quarantine afterwards – isn't mandatory, and that care homes will be given discretion as to how they crush the spirits of their residents into the dust.

“Now that we have forced our elderly residents to live a life isolated and alone in their rooms all through 2020, the last thing we want is to waste all that hard work by giving them a reason to live,” said one care home provider.

“We're sure the day will come when normality will return and vulnerable residents will be allowed out freely, but we're urging caution for now and saying that is not the time for hope or joy; let's keep on being spirit-crushingly cruel for a few more months, as that saves us a bundle on staff costs.” (Private Eye 14 May – 27 May 2021: 30)

У цій статті сатирик метареєнтує своє критичне ставлення до принципу роботи будинків для немічних, які під покровом карантинних обмежень, пов'язаних із COVID-19, не поспішають повернутися до звичного режиму життя, у якому жителі не будуть позбавлені маленьких радостей життя, таких як короткі прогулянки на свіжому повітрі. Автор показує критичне ставлення до принципу роботи пансіонатів для літніх людей вже у ввідному абзаці через підкреслення невідповідностей між тим, яким життя постояльців пансіонатів для старших людей повинно бути (*residents should be allowed out for short walks without the need to quarantine afterwards*) і тим, яким воно є насправді (*crush the spirits of their residents into the dust*). У назві автора сатирик використовує каламбур *Al Zeimers*, який, окрім комічного ефекту, також імпліцитно вказує на тему статті та категорію суспільства, в якій спостерігається ця невідповідність, яка власне і спричинила критичне ставлення сатирика. У сателітних абзацах автор передає дисоціативне ставлення за допомогою ехо метареєнтування характеристики принципу роботи пансіонатів для літніх людей (*giving them a reason to live ... is to waste all that hard work, being spirit-crushingly cruel ... saves us a bundle on staff costs*). Вкладаючи ці ехо висловлення у уста так званого надавача послуг догляду за літніми людьми, автор робить джерело ехо висловлень більш очевидним, тим самим допомагаючи реципієнту сатири ідентифікувати джерело сатиричної критики. Підкреслюючи протиріччя між фоновими знаннями реципієнта сатири, тобто загальноприйнятими принципом роботи пансіонатів, роль яких – забезпечити максимально комфортні умови життя для літніх людей та істинними інтенціями надавачів цих послуг, сатирик викликає у читачів когнітивний дисонанс, який допомагає останнім розпізнати критичне ставлення сатирика до існуючого стану речей.

Висновки. Здійснений аналіз лінгвопрагматичних характеристик сатири як ехо метареєнтування у британському медійному дискурсі (на матеріалі журналу *Private Eye*) дозволив нам зробити такі висновки. Сатирі властивий імпліцитний спосіб передачі критичного ставлення до об'єкта сатири, успадкований від іронії. Для вираження критичного ставлення сатирик апелює до ехо висловлень, тобто відлунь попередніх ідей, думок, норм чи сподівань, які первинно належали іншій людині чи групі людей і від яких автор дистанціюється, над якими насміхається і критикує, протиставляючи ехо висловлення ідеальному стану речей, метареєнтуваному за допомогою апеляції до фонових знань реципієнта сатири. Автор апелює до цитат і повторів, для того щоб зробити джерело ехо висловлень упізнаваним для читача і тим самим

легше ідентифікувати об'єкт сатиричної критики. Наявність імпліцитно вираженого дисоціативного ставлення автора до об'єкта сатиричної критики є обов'язковим атрибутом сатиричних висловлень, реалізованим за допомогою сатурації, яка робить ці невідповідності між реальним та очікуваним більш очевидними і відтак допомагає розпізнати істинні інтенції сатирика.

ЛІТЕРАТУРА

1. Клепікова Т. А. Типологія лінгвістичних метареєнтувань. *Питання когнітивної лінгвістики*, 2008. № 3. С. 5–15.
2. Юрчишин В. М. Засоби реалізації структурних елементів сатири за методологією П. Сімсона (на матеріалі Британського медіадискурсу). *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021а. Том 32 (71). № 1. С. 233–239.
3. Юрчишин В. М. Лінгвопрагматичні засоби реалізації сатиричних методів у британському медійному дискурсі. *Записки з романо-германської філології*. 2021б. Випуск 1(46). С. 135–149.
4. Юрчишин В. М. Лінгвопрагматичні характеристики сатири в британському медійному дискурсі: дис... д-ра філософії : 035 Філологія. Івано-Франківськ, 2021в. 255 с.
5. Юрчишин В. М. Роль контекстуальних ресурсів в інтерпретації сатиричних висловлень у Британському медійному дискурсі: лінгвопрагматичний підхід. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2020. № 46, том 2. С. 206–210.
6. Юрчишин В. М. Типологія сатиричних інтерпретацій у британському медійному дискурсі. *Синопсис: текст, контекст, медіа*. 2021г. 27(2), С. 77–85.
7. Abrams. M. A Glossary of Literary Terms. Seventh Edition. USA: Heinle & Heinle, a division of Thomson Learning, Inc., 1999. 359 p.
8. Condren C. Satire and definition. *Humor*, 2012. Issue 25(4), P. 375–399.
9. Maslo A. Parsing satirical humor: a model of cognitive-linguistic satire analysis. *Knjizevni jezik*. 2019. № 30. P. 31–253.
10. Piskorska A. A relevance-theoretic perspective on humorous irony and its failure. *Humour*. 2014. Vol. 27 No. 4. P. 661–685.
11. Simpson P. On the discourse of satire: Toward a stylistic model of satirical humor. Amsterdam, The Netherlands : John Benjamins Publishing Company, 2003. P. 256.
12. Skalicky S. Lexical priming in humorous satirical newspaper headlines. *Humour*. 2018. Issue. 31(4), P. 583–602.

13. Skalicky S., Crossley S. A statistical analysis of satirical Amazon.com product re-views. *The European Journal of Humour Research*. 2015. Issue 2 (3). P. 66–85.
 14. Sperber D., Wilson D. Relevance. Communication and Cognition (2nd edition). Oxford : Blackwell, 1995. 326 p.
 15. Wilson D. Metarepresentation in linguistic communication. In D. Wilson & D. Sperber (Authors), *Meaning and Relevance*. Cambridge : Cambridge University Press, 2012. P. 230–258.
 16. Yurchyshyn V. Linguopragmatic Features of Persuasive Power of Satire Based on *Private Eye* Magazine. *European Scientific Journal*. 2021. Issue 17(24). P. 10–27.
 17. Yus F. Humour and Relevance. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2016. 367 p.
- REFERENCES**
1. Klepikova, T. (2008). Typolohiia linhvistychnykh metareprezentatsii. [Typology of linguistic metarepresentations]. *Pytannia kohnitynoi linhvistyky*. Issue 3. P. 5–15 [in Ukrainian].
 2. Yurchyshyn, V. (2021). Zasoby realizatsii strukturnykh elementiv satyry za metodolohiieiu P. Simpsona (na materialy Brytanskoho mediadyskursu) [Means of realisation of structural elements of satire in British media discourse (based on P. Simpson's methodology)]. *Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu imeni V. I. Vernadskoho*. Seria: Filolohiia. Zhurnalistyka. Tom 32 (71). № 1. P. 233–239 [in Ukrainian].
 3. Yurchyshyn, V. (2021). Linhvoprahmatychni zasoby realizatsii satyrychnykh metodiv u brytanskomu mediinomu dyskursi [Linguopragmatic means of satirical methods realisation in British media discourse]. *Zapysky z romanohermanskoj filolohii*. Vypusk 1 (46). P. 135–149 [in Ukrainian].
 4. Yurchyshyn, V. (2021) Linhvoprahmatychni kharakterystyky satyry v brytanskomu mediinomu dyskursi [Linguistic characteristics of satire in British media discourse] : dys... d-ra filosofii : 035-filolohiia. Ivano-Frankivsk, 255 p. [in Ukrainian].
 5. Yurchyshyn, V. (2020). Rol kontekstualnykh resursiv v interpretatsii satyrychnykh vysloven u Brytanskomu mediinomu dyskursi: linhvoprahmatychnyi pidkhid [The role of contextual sources in interpretation of satirical utterances in British media discourse: linguopragmatic approach]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Ser.: Filolohiia*. 2020. № 46. Tom 2. P. 206–210 [in Ukrainian].
 6. Yurchyshyn, V. (2021). Typolohiia satyrychnykh interpretatsii u brytanskomu mediinomu dyskursi [Types of satire interpretation in British media discourse]. *Synopsys: tekst, kontekst, media*. № 27 (2). P. 77–85 [in Ukrainian].
 7. Abrams, M. (1999). A Glossary of Literary Terms. Seventh Edition. USA: Heinle & Heinle, a division of Thomson Learning, Inc., 359 s.
 8. Condren, C. (2012). Satire and definition. *Humor*. Issue 25 (4). P. 375–399.
 9. Maslo, A. (2019). Parsing satirical humor: a model of cognitive-linguistic satire analysis. *Knjizevni jezik*. № 30. P. 31–253.
 10. Piskorska, A. (2014). A relevance-theoretic perspective on humorous irony and its failure. *Humour*. Vol. 27. No. 4. P. 661–685.
 11. Simpson, P. (2003). On the discourse of satire: Toward a stylistic model of satirical humor. Amsterdam, The Netherlands : John Benjamins Publishing Company, 256 s.
 12. Skalicky, S. (2018). Lexical priming in humorous satirical newspaper headlines *Humour*. Issue 31 (4). P. 583–602.
 13. Skalicky, S., Crossley, S. (2015). A statistical analysis of satirical Amazon.com product re-views. *The European Journal of Humour Research*. 2015. Issue 2(3). P. 66–85.
 14. Sperber, D., Wilson, D. (1995). Relevance. Communication and Cognition (2nd edition). Oxford: Blackwell, 326 s.
 15. Wilson, D. (2012). Metarepresentation in linguistic communication. In D. Wilson & D. Sperber (Authors), *Meaning and Relevance* Cambridge : Cambridge University Press, P. 230–258.
 16. Yurchyshyn, V. (2021). Linguopragmatic Features of Persuasive Power of Satire Based on *Private Eye* Magazine. *European Scientific Journal*. Issue 17(24). P. 10–27.
 17. Yus, F. Humour and Relevance. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2016, 367 s.