УДК 811.111'42

Ковалевська Я. Л.,
викладач кафедри англійської філології
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

САТИРИКО-САРКАСТИЧНИЙ ДИСКУРС У МЕДІАПРОСТОРІ США

Анотація. Статтю присвячено дослідженню сатирико-саркастичного дискурсу в межах нового інтегрованого жанру – інфотейнменту – з метою виявлення найбільш дієвих засобів впливу на адресата в сучасному американському медіапросторі, а також розгляду стилістичних прийомів, які застосовуються в текстах псевдоновин для досягнення бажаного емоційного впливу на отримувача інформації.

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

Постановка проблеми. Актуальність роботи полягає у вивченні нового типу дискурсу – сатирико-саркастичного – у сучасному медіапросторі США в межах такого жанру, як інфотейнмент. Об'єктом дослідження виступає новий тип дискурсу – сатирико-саркастичний дискурс. Предметом розгляду є стилістичні прийоми вираження сатири й сарказму в американському медіапросторі.

Мета статті полягає у виявленні засобів впливу на адресата в сучасному американському медіапросторі, що приводять до сатирико-саркастичного ефекту. Матеріалом для аналізу слугували сучасні статті з псевдоновинами в сатирико-саркастичних американських онлайн-виданнях, таких як «The Onion», «The Best Page in the Universe», «The Red Tractor in the USA».

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасне суспільство чітко усвідомлює, яку суттєву роль засоби масової інформації відіграють у його житті. Це суспільство споживачів. З плином часу сферою споживання стала також всесвітня павутина, оскільки користувачі виявляють постійний інтерес до неї та активно відвідують різні сайти. Не оминули увагою й різні сайти новин. На відміну від класичних жанрів сучасні онлайн-газети чи журнали дозволяють авторам новин індивідуалізувати подачу інформації, висловлювати власну думку, надають можливість обговорювати новини з адресатами в межах одного дискурсу. Величезне значення для текстів масової інформації має правильність сприйняття тексту, що забезпечується не лише мовними одиницями та їх з'єднанням, а й необхідним загальним комунікативним тлом знань, які має адресат. Задля сприяння існуванню невпинного інтересу до новинних сайтів інформація має гострий критико-комічний характер. Джерелом сміху виступають сатира й сарказм. Так, у сучасному американському медіапросторі можна знайти комічні журнали сатирико-саркастичного характеру.

Американські медіажанри не просто дають змогу отримувати інформацію (не завжди достовірну або навіть вигадану (псевдоновини)), автори статей також апелюють до емоцій глядачів, їх ставлення до певної проблеми або відомої особи, найчастіше з метою викликати інтерес, захопити й розважити. Нові можливості в медіапросторі приводять до появи нового інтегрованого жанру – інфотейнменту (англ. infortainment від *information* – інформація та *entertainment* – розвага) [1; 2; 4]. Мається на увазі infortainment як стирання кордонів між інформацією (information) та розвагою (entertainment) [4, с. 239]. Інакше кажучи, мова йде про орієнтацію авторів будь-яких медійних продуктів на розважальність інформації, що повідомляється. Одним із головних завдань жанру інфотейнменту є те, що читач повинен бути не лише зацікавленим у змісті тексту новин, а й захопленим емоціями, які останній навіює. Сенс інфотейнменту найкраще проявляється там, де розвага, здавалося б, має посідати найменше місце, – в інформаційно-аналітичних і новинних передачах. С.П. Поцелуєв виділяє також такий субжанр інфотейнменту, як політейнмент (від *politics* – політика, *entertainment* – розвага). Л.М. Землянова та Л.А. Катаєва, окрім політейнменту, виділяють також ед'ютейнмент (*education* – навчання, *entertainment* – розвага). Якщо розглянути наведені жанри, то в них усіх присутній суфікс -tainment з англійського слова *entertainment* («розвага»), тобто вони націлюються як на розвагу, так і на інформування аудиторії різними новинами: навчальними, політичними, спортивними, соціальними тощо. Ми припускаємо також наявність інших субжанрів інфотейнменту (наприклад, спорттейнменту (*sport* – спорт, *entertainment* – розвага), медіатейнменту (*medicine* – медицина, *entertainment* – розвага) тощо) залежно від тематики новин.

У сатирико-саркастичному дискурсі в межах жанру інфотейнменту соціальні й політичні зміни виражаються, як правило, у висміюванні окремого персонажа, зазвичай відомого, або персонажів медіатексту; однак це не просте висміювання у вигляді жартівливого перевертання загальноприйнятих норм. Невід'ємною складовою є оціночний елемент [5, с. 109]. При цьому оцінка завжди є негативною та супроводжується викриттям певних суспільних, політичних, особистих вад, тобто вона надається лише в негативному аспекті. Автор висловлює свою оцінку як на основі власних почуттів, так і з огляду на соціальні стереотипи. Тому оцінка є наслідком функціонально-комунікативного напряму дискурсу [7, с. 58], у нашому разі набуваючи сатирико-саркастичного забарвлення. Метою сатирико-саркастичного дискурсу є подання соціальних явищ, подій, новин із певним оціночним посилом та переконання адресата повідомлення в справедливості позиції автора. Фігура адресата є дуже важливою в цьому типі дискурсу, адже саме від неї залежить, чи буде сприйнято посил автора в межах певного жанру або субжанру.

Сьогодні простежується тенденція використання сатири й сарказму в політичних тестах новин онлайн-видань. Аналізуючи це явище, сучасний американський дослідник А. Дей підкреслила пряму залежність між розвитком сучасних технологій і поширенням сатири, що виникає на політичному підґрунті, насамперед за допомогою медіа та телекомунікацій [10, с. 24]. Ще один американський учений Дж. Нільсон розглядає сатиру як засіб взаємодії із суспільством у цілому, а саме зі світом політики [13, с. 46]. Англійський професор П. Сімпсон вважає сатиру засобом висміювання культурних цінностей, установ, по-

глядів і переконань у суспільстві. Він розглядає сатиру як жанр літератури, метою якого є не лише вказати на соціальні вади, а й надати розуміння, що ці вади є неприпустимими в суспільстві [14, с. 112]. Дж. Тест також підкреслює висміювання соціальної поведінки шляхом сатири не лише в літературних творах, а й у медіапросторі [17, с. 9].

Американський дослідник Р. Еліот надає таке визначення сатири (подаємо мовою оригіналу): «Satire, artistic form, chiefly literary and dramatic, in which human or individual vices, follies, abuses, or shortcomings are held up to censure by means of ridicule, derision, burlesque, irony, parody, caricature, or other methods, sometimes with an intent to inspire social reform» [11].

У свою чергу О.С. Редкозубова, спираючись на поняття сатири (лат. *Satira*, від більш раннього *satura* – сатура, буквально «суміш, усяка всячина») як виду комічного, визначає не лише естетичний аспект сатири, а й соціальний, головним завданням якого є критика, викриття, осміювання будь-яких соціальних, суспільно-політичних і побутових явищ [6]. Н.П. Худаведрова вважає, що головне в сатирі – комедійна критика, яка підводить до заперечення явища через протиставлення його ідеалу [9]. О.В. Харченко розглядає сатиру американських письменників і журналістів як явище інтернаціональне, що обертається, загострює та влучає в найактуальнішу проблематику сучасного життя. Це може стосуватись політики, бізнесу, шоу-бізнесу, спорту тощо [8, с. 235].

На відміну від сатири сарказм характеризується відкрито ворожим ставленням до об'єкта розваги, має соціально знищуючий характер, при цьому зберігаючи гумористичну атмосферу. Глибинними інтенціями виступають сміх та агресія. Комунікативна мета – жорстке висміювання об'єкта розваги із застосуванням найбільш ефективних засобів комічного впливу [8, с. 235]. Такої ж інтерпретації сарказму дотримується Дж. Кемпел, який підкреслює присутність певної людини, яку висміюють [12, с. 7]. Адресованість сарказму до певної особи чи осіб розглядає також С. Петерс [16, с. 2].

Таким чином, сучасні автори під сатирою розуміють вид комічного, об'єктом якого є соціальні вади, що мають широку суспільну значущість, порушення норм моралі, а під сарказмом – вид комічного, об'єктом якого є людина та якості, що їй притаманні (жадібність, заздрість, жадоба, лінощі тощо). Також, досліджуючи сучасні американські онлайн-видання, ми бачимо, що сатира й сарказм вживаються невід'ємно одне від одного в межах одного дискурсу – сатирико-саркастичного, оскільки сатира розглядається як критика всього суспільства, а сарказм – як критика окремої особистості. Одне не може існувати без іншого.

У сатирико-саркастичному дискурсі важливу роль у подачі матеріалу відіграють також стилістичні прийоми: порівняння, гіпербола, метафора, метонімія тощо. Наведемо приклад із відомого сучасного американського сатирико-саркастичного онлайн-видання «The Onion», у якому ми зустрічаємо статтю з псевдоновинами, що належить до такого медіажанру, як 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 показує наведений приклад, комізм досягається завдяки сатирико-саркастичному дискурсу, у якому за допомогою сатиричного висловлювання жорстко висміюють зв'язок між бідними й багатими у вигляді псевдонаукових фактів, а також завдяки стилістичним засобам – використанню гіперболи (*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*), що є типовими для цього типу дискурсу.

Висновки. Отже, у такому медіажанрі, як інфотейнмент, обговоренню підлягають різні сфери життя. Завдяки сатирико-саркастичному дискурсу статті мають розважальний характер із гострою критикою сучасних американських проблем у вигляді псевдоновин. При цьому не менш важливу роль у подачі матеріалу відіграють стилістичні прийоми.

Перспективи подальшого дослідження сатирико-саркастичного дискурсу полягають в аналізі впливу сатирико-саркастичних висловлювань на адресата в межах нового жанру медіапростору США.

Література:

1. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика на рубеже веков / Л.М. Землянова // От книги до Интернета: журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия. – М., 2000. – С. 61–74.
2. Катаева Л.А. Конвергенция СМИ и проблемы сетевой журналистики / Л.А. Катаева [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://moyuniver.net/konvergenciya-smi-i-problemy-setevoj-zhurnalistiki.
3. Луканина М.В. Текст средств массовой информации и конвергенция / М.В. Луканина // Вестник: политическая лингвистика. – Вып. 20. – Екатеринбург, 2006. – С. 205–214.
4. Поцелуев С.П. Политические парадиалоги : [монография] / С.П. Поцелуев. – Ростов-на-Дону : Изд-во ЮФУ, 2008. – 392 с.
5. Приходько А.И. Когнитивно-дискурсивный потенциал оценки и способы его выражения в современном английском языке : дисс. … докт. филол. наук : спец. 10.02.04 / А.И. Приходько ; Запорожский гос. ун-т. – Запорожье, 2004. – 399 с.
6. Редкозубова О.С. Структура смеховой культуры: аналитика культурологии / О.С. Редкозубова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://cyberleninka.ru/article/n/struktura-smehovoy-kultury.
7. Самохина В.А. Современная англоязычная шутка : [монография] / В.А. Самохина. – Х. : ХНУ им. В.Н. Каразина, 2008. – 356 с.
8. 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», 2012. – 356 с.
9. Худаведрова Н.П. Комическое и смех в истории мировой эстетической мысли / Н.П. Худавердова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://publishing-vak.ru/file/archive-philosophy-2012-2/6-khudavedrova.pdf.

10. Day A. Satire and Dissent: Interventions in Contemporary Political Debate / A. Day – Indianapolis : Indiana University Press, 2011. – 240 p.
11. Elliott R.C. The nature of satire / R.C. Elliott // Encyclopædia Britannica [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.britannica.com/EBchecked/topic/524958/satire.
12. Campbell J.D. Investigating the Necessary Components of a Sarcastic Context (Spine title: Investigating Components of Sarcastic Context) : [monograph] / J.D. Campbell [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ir.lib.uwo.ca/cgi/viewcontent.cgi?article=1545&context=etd.
13. Nilsson J. American Critic: Satire and Political Discourse in Warren Beatty's Bulworth : [article] / J. Nilsson [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.academia.edu/4382862/American_critic_Satire_and_political_discourse_in_Warren_Beattys_Bulworth.
14. Simpson P. On the Discourse of Satire: Towards a Stylistic Model of Satirical Humor / P. Simpson. – Amsterdam : John Benjamins Publishing, 2003. – 242 p.
15. Kreuz R.J. Lexical Influences on the Perception of Sarcasm : [article] / R.J. Kreuz, G.M. Caucci [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://delivery.acm.org/10.1145/1620000/1611529/p1kreuz.pdf?ip=194.44.181.161&id=1611529&acc=OPEN&key=4D4702B0C3E38B35%2E4D4702B0C3E38B35%2E4D4702B0C3E38B35%2E6D218144511F3437&CFID=664015816&CFTOKEN=73833324&__acm__=1429181482_c4c5820d805f9a7f40b538e5ddec689f.
16. Peters S.A. The Relevance of Sarcasm In Resolving Ambiguous References In Spoken Discourse : doctoral dissertation / S.A. Peters [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://scholarcommons.sc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3508&context=etd.
17. Test G.A. Satire: spirit and art : [book] / A.T. George [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://books.google.com.ua/books?id=QkhMi6mKmUMC&pg=PA7&hl=ru&source=gbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false.

Ковалевская Я. Л. Сатирико-саркастический дискурс в медиапространстве США

Аннотация. Статья посвящена исследованию сатирико-саркастического дискурса в рамках нового интегрированного жанра – инфотейнмента – с целью выявления наиболее действенных способов воздействия на адресата в современном американском медиапространстве, а также рассмотрению стилистических приемов, которые применяются в текстах псевдоновостей для достижения желаемого эмоционального воздействия на получателя информации.

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

Kovalevska I. Satirical and sarcastic discourse in the media of the USA

Summary. The article touches upon the study of satirical and sarcastic discourse in a new integrated genre of media space – infortainment – revealing the most efficient ways of influence on the addressee in the modern American media space. Stylistic means which are used in faked news to achieve the desired emotional effect on the receiver are analyzed.

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