



Олег Харченко,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри медіапродюсування
та видавничої справи
Факультету журналістики
Київського столичного університету
імені Бориса Грінченка

 <https://orcid.org/0000-0002-6263-4573>
 ov.kharchenko@kubg.edu.ua

Oleg Kharchenko,
PhD of Philology,
Associate Professor at the Department of Media
Producing and Publishing,
Faculty of Journalism,
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University

СОЦІОПРОФЕСІЙНИЙ ГУМОР НА ЗАНЯТТЯХ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ



SOCIOPROFESSIONAL HUMOR AT THE ENGLISH LANGUAGE LESSONS

АНОТАЦІЯ. Ця стаття дає відповідь на запитання про доречність включення гумористичних матеріалів у англомовні дисципліни навчальних програм студентів, які мають спеціалізацію журналістика та редакторська справа. Пропонується стилістичний, когнітивний та прагматичний аналіз вибірки англомовних жартів про журналістів та редакторів. Аналіз форм 281 жартів, взятих з чотирьох англомовних сайтів, свідчить про те, що найбільш частотними формами жартів про представників цих професій є запитання/відповідь (88.1%), однорядкові жарти (7.1%), діалоги (3.6%) і оповідання малого формату (1%). Розгляд 18 жартів про журналістів та редакторів, які розглянуті у цій статті, виявив, що у стилістичному плані, в жартах найчастіше застосовуються каламбури, удаваний ентузіазм та самоіронія. Крім того, залучаються подвійне значення (*double entendre*), метафори, паранпросдокіан, хибна аргументація (ентимема), бафос, риторичні запитання, іронія, комічна маніпуляція. У когнітивному плані активно використовуються механізми когнітивних патернів екстраординарності, мольберту, чіткого контрасту, негативного мислення. З прагматичної точки зору, жарти виконують функції критичного мислення, розваги, знайомство з особливостями професій, професійною та неформальною лексикою, виявлення гумору та іронії, зняття психологічного стресу, мотивації на успіх, креативності, професійної впевненості, створення стереотипних образів англомовних журналістів і редакторів. Включення англомовних гумористичних текстів у програми вивчення англійської мови виглядає доречним оскільки такий матеріал розширяє лексикон професійної лексики студентів англійською мовою, навчає активно користуватись низкою стилістичних та літературних прийомів при створенні власного англомовного контенту, дозволяє швидко розпізнавати використання гумору та іронії в англомовних текстах, покращує гумористичну, міжкультурну та культурологічну компетенції студентів журналістів та редакторів.

Ключові слова: гумор; іронія; навчальний процес; соціо професійні жарти; журналістика.

ABSTRACT. This article answers the question about the appropriateness of including humorous materials in the English-language disciplines of the educational programs of students specializing in journalism and editorial work. A stylistic, cognitive, and pragmatic analysis of a sample of English-language jokes about journalists and editors is offered. Analysis of the forms of 281 jokes taken from four English-language websites shows that the most frequent forms of jokes about representatives of these professions are question/answer (88.1%), one-liner jokes (7.1%), dialogues (3.6%) and short stories (1%). A review of 18 jokes about journalists and editors considered in this article revealed that, stylistically, the jokes most often used puns, fake enthusiasm, and self-irony. In addition, double entendre, metaphors, paraprozdokian, false argumentation (enthymeme), baphos, rhetorical questions, irony, and comic manipulation are involved. Cognitively, mechanisms of cognitive patterns of extraordinary, easel, distinct contrast, and negative thinking are actively used. From a pragmatic point of view, jokes fulfill the functions of critical thinking, entertainment, acquaintance with the peculiarities of professions, professional and informal vocabulary, detection of humor and irony, relief of psychological stress, motivation

for success, creativity, professional confidence, creation of stereotypical images of English-speaking journalists and editors. The inclusion of English-language humorous texts in English-language learning programs seems appropriate because such material expands students' lexicon of professional vocabulary in English, teaches them to actively use several stylistic and literary techniques when creating their English-language content, allows them to quickly recognize the use of humor and irony in English-language texts, improves humorous, intercultural and cultural competence of student journalists and editors.

Keywords: humor; irony; educational process; socio-professional jokes; journalism.

© О. Харченко, 2024

Вступ. Сучасний англомовний мультимедійний дискурс характеризується наявністю великої кількості жартів, гумористичних, сатиричних та саркастичних статей та оповідань, що відображають гумор різних соціо професійних, гендерних та регіональних груп населення. Чи доречно вивчати цей матеріал у межах програми вивчення англійської мови в стінах університету? Чи має сенс витрачати дещо обмежений час таких дисциплін, як «Теорія та практика перекладу», «Англомовний професійний дискурс», «Стилістика англійської мови» тощо, на вивчення особливостей гумористичного, іронічного та сатиричного дискурсів США та Великобританії? У статті плануємо відповісти на це запитання, з однієї сторони, шляхом аналізу літературних, стилістичних та когнітивних особливостей гумору англомовних журналістів та редакторів. З іншої сторони, покладаючись на власний досвід викладання ряду дисциплін англійською мовою для журналістів та видавців.

Актуальність статті полягає у виявленні позитивних моментів від впровадження англомовних жартів про журналістів та редакторів у навчальний процес студентів, що спеціалізуються у таких дисциплінах як «журналістика» та «видавничий бізнес».

Об'єктом аналізу є сучасні англомовні жарти про журналістів, і редакторів, що представлені у мультимедійних ЗМІ США та Великобританії. **Предметом** дослідження є виявлення стилістичних, літературних, когнітивних засобів створення гумору у вищезазначених соціо професійних жартах.

Мета статті — окреслення позитивного впливу знань, набутих через опрацювання соціо професійних жартів для студентів-журналістів та видавців, з урахуванням культурологічної та крос-культурної, лінгвістичної та прагматичної точок зору. Мета дослідження передбачає вирішення таких завдань: провести стилістичний, когнітивний та прагматичний аналіз вибірки англомовних жартів, що стосуються таких соціо професійних груп, як

журналісти та редактори, і обґрунтувати доречність включення гумористичних матеріалів у програму навчання студентів, що спеціалізуються у цьому напрямку.

Методологія дослідження. Методичним інструментарієм проведеного дослідження є: методи стилістичного аналізу, засоби дискурсивного аналізу, метод емпіричного когнітивного аналізу, дескриптивне дослідження на основі даних опрацювання гумористичних фрагментів, метод наукового узагальнення та інтерпретації досліджуваного матеріалу для подальшого порівняння та висновків.

Приймаючи до уваги наукові розвідки ряду українських дослідників, таких як В. П. Андрущенко [1], В. Й. Здоровега [2], та В. І. Черемис [3], які активно шукали та досліджували нові форми і методи навчання українських журналістів та редакторів, особливо у світі впровадження вимог Болонської системи навчання, пошук шляхів покращення креативності, професійної і міжкультурної компетенції студентів журналістів та редакторів, здається доречним і на заняттях з англійської мови.

У навчальному процесі, при вивченні іноземних мов, в даному випадку англійської мови для студентів журналістів та редакторів, англомовний гумор в цілому, та жарти цих соціо професійних груп дають додаткові знання та інсайти культурологічного та професійного плану, що поглиблюють розуміння студентів стосовно майбутньої роботи у мультимедійному середовищі. Приймаючи до уваги той факт, що гумористичний дискурс будується із залученням численних стилістичних прийомів та когнітивних механізмів, включення гумористичних текстів та коротких жартів у навчальну програму сприяє поглибленому вивченню стилістики, когнітивістики та розширяє англомовний лексикон студентів.

Е. Реддінгтон та Х. З. Варінг вважають, що «спроможність створювати та розуміти гумор все більше визнається як компонент комунікативної компетенції у другій мові» [14, с. 3]. С. Е. Давіес [7] та Д. Ханн [9] стверджують,

що аудиторне опрацювання жартів іноземної мови сприяє підвищенню крос-культурної компетенції. М. А. Хеїдарі-Шахреза [10] пропонує викладацький підхід під назвою HILL (humor-integrated language learning — вивчення мови через інтеграцію гумору). Цей підхід поєднує мовну та гумористичну компетенцію.

На думку Дж. Русінські та С. Прічард, «Успішне впровадження гумору у програму навчання мові включає як вибір найбільш відповідного підходу для учнів, так і одночасно обережне зважування потенційних ризиків (спантеличення або навіть образу учнів)» [15, с. 499].

Перед плануванням уроку іноземної мови Дж. Русінські та С. Прічард радять викладачам задати собі три запитання:

— Чи потрібна ця форма гумору учням коли вони будуть спілкуватись іноземною мовою?

— Чи допоможе глибше розуміння цієї форми гумору у розвитку міжкультурної комунікативної компетенції?

— Чи є прямий зв'язок між цим видом гумору, змістом та навиками, яким навчають на відповідному курсі? [15, с.500].

Д. Вулф пропонує викладачам напрацювати мікро-навички у розпізнаванні та декодуванні гумору, шляхом створення певних ключів і засобів, які згодом будуть сприяти більш ефективній роботі в аудиторії, і допоможуть студентам розбудувати гумористичну компетенцію іноземної мови [16, с.167]. При цьому дослідник дає пораду стосовно спрощення гумористичних прикладів і відповідної термінології, що приведе до більш вагомих результатів.

Вибірка жартів та аналіз. Для розгляду ми взяли жарти, що охоплюють такі соціо професійні групи як журналісти та редактори, що працюють у галузі ЗМІ та соціальних мережах.

Жарти про журналістів та редакторів взяті з сайтів punsgalaxy.com [4], indianexpress.com [11], 100.jea.org [12], presspitch.io [5]. Головні різновиди жартів про журналістів — короткі жарти «запитання/ відповідь», жарти в один рядок, діалоги, риторичні запитання, короткі жарти-оповідання у форматі мініфлеш (до 50 слів), що переважно представляють ситуативний гумор. Вибірка у 281 жарти з вищезазначених сайтів показує, що з них 88.1% мають форму запитання/відповідь (Q/A jokes), 7,1% — жарт в один рядок (one-liner), 3,6% діалоги, 1% — оповідання малого формату (miniflash stories), 0,3% — риторичні питання.

У цій роботі ми розглядаємо 18 жартів з цих сайтів, які, на нашу думку, належать до найбільш показових та влучних.

1) Why did the journalist go to the party? To get the scoop on the latest gossip!

2) Why did the journalist bring a ladder to the interview? To climb the ladder of success!

3) Why did the journalist bring a magnifying glass to the press conference? To zoom in on the details!

4) Why did the journalist bring a flashlight to the interview? To shed light on the subject!

5) Why did the journalist become a gardener? To plant seeds of truth and watch stories bloom!

6) What do you call a journalist who's a social butterfly? A news-feed enthusiast!

7) That's what journalists do: drink, smoke, and dig up dirt on people.

8) A journalist is a machine that converts coffee into copy.

9) An editor to a journalist: "Every silver lining has a cloud."

10) Editor: "Just go, ask some assholes some questions, and then write something." Reporter: "I think you just summed up journalism."

11) A journalist interviewed a stand-up comedian and asked, "How do you come up with your jokes?" The comedian laughed and said, "It's easy; I just attend press briefings!"

12) Journalist 1: "I once covered a story so groundbreaking that it won a Pulitzer Prize." Journalist 2: "Well, I've been on assignments so dangerous they made action movies about them!" Journalist 3: "That's nothing! I've exposed a conspiracy so massive it made it to the front page of every newspaper." Enter Journalist 4, Grinning Journalist 4: "You all are amazing, but I have breaking news — I finally managed to make a deadline!"

13) Female reporter: "I can always get a new man but sources are rare."

14) Why did the journalist become a comedian? To deliver punchy headlines!

15) Why did the journalist become a detective? To investigate the headline mysteries!

16) Why did the journalist become an artist? To paint vivid pictures with words!

17) What blood type are editors? Typo. Negative.

18) Editor: "I am not yelling. I'm just saying things loudly."

У стилістичному плані більшість жартів викликають комічний ефект через застосування каламбурів і такого стилістичного прийому, як удаваний ентузіазм. Це стосується першого жарту ('scoop' це і «черпак», і «сенсаційна новина» у метафоричному значенні). Додатково використовується удаваний ентузіазм. У другому жарті обігрується лексична одиниця 'ladder' (драбина або сходи), що означає

«драбину» у прямому значенні і у метафоричному, яка сприяє кар'єрному росту. Удаваний ентузіазм також присутній. У третьому жарті, журналіст приносить на пресконференцію збільшене скло, для того, щоб «збільшити деталі» у прямому значенні (zoom in on details) і у метафоричному, у значенні «більшої концентрації на деталях». І у цьому жарті спостерігається удаваний ентузіазм. У четвертому жарті, журналіст приносить ліхтарик на інтерв'ю, щоб «освітити предмет» у прямому і переносному (метафоричному значенні). Знову вживається комбінація з каламбуру та удаваного ентузіазму. У п'ятому жарті, удаваний ентузіазм і каламбур супроводжують один одного, де останній побудований на актуалізації двох значень (прямого та переносного-метафоричного) виразів «садити насіння» (правди) та спостерігати як «розквітають»... історії. Шостому жарті, подвійне значення має вираз 'A news-feed enthusiast'. Це «завзятий читач новинної стрічки» і «ентузіаст, що годує новини». Обидва вирази мають метафоричне значення. У цьому жарті теж залучається удаваний ентузіазм. У чотирнадцятому жарті розширений каламбур, або навіть фігура double entendre (подвійне значення) виникає внаслідок застосування фрази 'To deliver punchy headlines!' З одного боку журналіст стає коміком, для того, щоб «приносити яскраві заголовки», а у сленговому значенні, щоб «наносити сильні удари у голову» або «приносити яскраві моменти». У п'ятнадцятому жарті знову обігрується лексична одиниця 'headline'. Журналіст стає детективом, для того щоб розслідувати загадки заголовків, або у сленговому значенні — загадки яскравих моментів чи ударів у голову. У шістнадцятому жарті каламбур створює лексична одиниця 'picture'. Згідно з жартом журналіст стає художником (митцем), для того щоб малювати живі картини словом, або наркотики (сленг), або інші значення з сексуальним підтекстом. У жартах 14, 15, 16, також присутній удаваний ентузіазм. Як ми бачимо, дев'ять жартів з 16 побудовані завдяки залученню каламбуру або розширеного каламбуру (double entendre), мовної гри між прямим та метафоричним значеннями, та удаваного ентузіазму. За формою — це жарти запитання/відповідь (question/answer joke). У сімнадцятому жарті використовується каламбур. Лексична одиниця 'turp' через паронімію сприймається як тип (крові) або друкарська помилка. Додатково вживається бафос, оскільки в одному із значень, редактор називається «друкарською помилкою».

Сьомий однорядковий жарт для створення комічного ефекту залучає стилістичні фігури хендіатріс (drink, smoke, and dig up dirt) і бафос, оскільки стилістично нейтральна лексика переходить у знижену побутову. Відчувається використання іронії. «Що журналіст робить: п'є, палить та відкопує бруд на людей». Іннуендо робиться на те, що ця професія має брудні моменти.

Восьмий однорядковий жарт залучає нестандартну метафору, де журналіст називається машиною з переробки кави на копії. Додатково застосовується іронія. Створюється іннуендо у літературному стилі магічного реалізму.

У дев'ятому однорядковому жарті, комічний ефект викликає перероблена метафора, що надає протилежного значення відомому прислів'ю 'Every cloud has a silver lining' (Немає лиха без добра). У цьому жарті 'Every silver lining has a cloud' (Немає добра без лиха), редактор натякає, що трохи позитиву завжди супроводжується великим негативом (срібна окантовка хмари завжди менше самої хмари).

Десятий жарт побудований на використанні стилістичної фігури бафос. В той час як журналіст спілкується ввічливо, редактор дає вказівку у грубій формі, вживаючи знижену лексику (ask some assholes some questions — задай деяким мудакам деякі запитання). Додатково залучаються такі стилістичні засоби як хибна аргументація (ентимема) і хендіатріс (go, ask, write). Крім того відповідь журналіста має іронічний підтекст, вочевидь, він не погоджується з редактором, хоча на словах підтримує його твердження.

Одинадцятий жарт залучає стилістичну фігуру парапросодокіан, оскільки відповідь коміка журналісту — неочікувана і певним чином глузлива по відношенню до високопосадовців та журналістів. Для отримання гумористичного натхнення комік відвідує пресбрифінг.

У дванадцятому жарті також використовується парапросодокіан. В той час як перші три журналісти вихваляються своїми високими професійними здобутками — отримання Пулітцерівської премії, створення бойовиків на основі небезпечних журналістських завдань, викриття змови, що потрапило на перші сторінки багатьох газет, четвертий журналіст радіє тому, що встиг зробити матеріал до зазначеного дедлайну.

У тринадцятому однорядковому жарті, комічний ефект викликає такий стилістичний прийом як хибна аргументація або ентимема із сексуальним підтекстом. Жінка репортер розмірковує над тим, що важливіше — чоловік, або

джерела інформації. Вона приходить до висновку, що джерела інформації більш важливіші, а нового чоловіка вона може завжди знайти. Іннуендо робиться на певний цинізм репортерів.

У вісімнадцятому жарті однорядковому жарті, комізм створюється через хибну аргументацію, яку надає редактор, та комічну маніпуляцію. Редактор не кричить, а просто гучно розмовляє.

У цілому, розглядаючи стилістичні засоби створення жартів про журналістів та редакторів, ми помічаємо тяжіння до каламбуру, метафори, удаваного ентузіазму, бафосу, іронії, хибної аргументації (ентимеми), хендіатрісу, парапродокіану, *double entendre*, комічної маніпуляції. Усі жарти пронизані самоіронією, оскільки, вочевидь, більшість з них придумані журналістами та редакторами, для висміювання представників своїх професій. Спостерігається залучення додаткових стилістичних засобів — алітерації, асонансу, діаскопу (повторення лексичної одиниці).

В когнітивному плані, майже всі жарти побудовані на використанні когнітивних патернів «екстраординарності» (1, 2, 3, 4, 5, 6, 14, 15, 16, 17, 18), «чіткого контрасту» (9, 11, 12, 13), «мольберту» (1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 14, 15, 16). Як виявив Д. Канеманом і А. Тверські [17], комуніканти звертають більше уваги на незвичайні та нестандартні предмети та слова, що є основою когнітивного патерну «екстраординарності». Когнітивний патерн «мольберту» є складовою частиною когнітивного упередження «важливості картини», за словами А.Павіо, люди запам'ятовують візуальні картини та образи, сформовані словами, набагато швидше, ніж будь-яку логічно пов'язану інформацію [13]. Когнітивний патерн «чіткого контрасту», складова частина упередження «контрастного ефекту», визначений Д. Канеманом і А. Тверські [17], базується на твердженні, що контрастні референти разом привертають більше уваги, бути більш запам'ятовується. Когнітивний патерн «негативного мислення», що характеризується пошуком рішення через негативний досвід і частиною однойменного когнітивного упередження [6, 8], спостерігається у жартах 7, 10, 13, 17, 18.

Які стереотипні образи англо мовних журналістів та редакторів створюють ці жарти? Англо мовний журналіст чи журналістка — віддані своїй професії на всі 100%, і навіть готові переходити через певні моральні обмеження. Вони хочуть писати сенсаційні статті, отримувати престижні премії, включаючи Пулітцерівську премію, виставляти свої статті на перші

сторінки відомих газет, знімати фільми за своїми матеріалами і дуже серйозно ставляться до деталей роботи та дедлайнів. В залежності від ситуації, журналісти можуть бути багатофункціональними спеціалістами та виконувати ролі комедіантів та митців, садівників та детективів, компанійської людини та завзятого читача інформаційних повідомлень. Якщо ж додати ті професії, які підкоряють журналісти згідно з усією вибіркою жартів, то вони ще можуть бути музикантами і магами, туристами і поварами, кравцями і поетами, архітекторами і пекарями.

Стереотипний образ англо мовних редакторів дещо відрізняється. Вони більш професійні, цинічні, та грубі.

Основними прагматичними функціями англо мовного гумористичного дискурсу журналістів і редакторів, згідно з цією вибіркою є:

- 1) розвага через створення позитивного емоційного настрою та стимулювання сміху;
- 2) знайомство з особливостями роботи журналістів та редакторів;
- 3) зняття психологічного стресу через позбавлення від негативних емоцій;
- 4) створення як позитивних так і негативних образів представників цих соціо професійних груп через процеси негативації та амеліорації;
- 5) мотивація на успіх та кар'єрний ріст;
- 6) формування впевненості у своїй професійній компетенції та інтелектуальній силі;
- 7) самоіронія та висміювання недоліків своєї професії;
- 8) стимулювання креативності.

Після аналізу вибірки у 18 соціо професійних жартів про журналістів та редакторів задамо таке запитання: «Чи доречно надавати такий лексичний матеріал студентам журналістам та редакторам під час вивчення англійської мови?» На нашу думку, жарти подібного типу можна сміливо вставляти в навчальну програму, можливо уникаючи жартів на кшталт 13 та 17.

У лексичному плані, такі жарти розширюють активний словник студентів, надаючи як неформальну так і професійну лексику, що стосується безпосередньої роботи журналіста та редактора.

У стилістичному плані, студенти знайомляться із низкою стилістичних фігур, літературних засобів створення комічного ефекту, що посилює їх літературно-стилістичну компетенцію і навик написання якісного контенту англійською мовою.

У когнітивному плані, під час перекладу таких жартів, студенти отримують більш глибокі когнітивні інсайти розпізнавання англомовного гумору та сатири, іронії та сарказму, когнітивних механізмів створення такого контенту. А це, щонайменше частково, сприяє покращенню психолінгвістичної та прагматичної компетенції, які дозволяють більш окреслено уловлювати інтенції та іннуендо жартівників. Крім того, такий матеріал посилює гумористичну, культурологічну та міжкультурну компетенції студентів.

Персональний досвід автора статті говорить про те, що є прямий зв'язок між перекладом та стилістичним аналізом англомовних гумористичних та іронічних текстів і креативністю студентів стосовно написання власних статей та оповідань (включаючи гумористичні) англійською мовою.

Висновки та перспективи дослідження.

Англомовні жарти про представників таких соціо професійних груп як журналісти і редактори, створюються на фоні ситуативного контексту активної та кропіткої роботи у галузях мультимедійного бізнесу. Вони є національно маркованими і представляють собою ефективний прагматичний засіб знайомства з усіма позитивними та негативними явищами, що супроводжують представників цих професій в англомовному професійному та культурологічному середовищі.

Аналіз форм жартів показав, що з 281 одиниць вибірки з чотирьох гумористичних сайтів 88,1% мають форму запитання/відповідь, 7,1% — це однорядкові жарти, 3,6% — діалоги, 1% — оповідання малого формату, 0,3% — риторичні питання.

Аналіз вибірки у 18 жартів про журналістів та редакторів, які розглянуті у цій статті, говорить про те, що жарти створюються через комбінування низки стилістичних та літературних засобів, де домінують каламбури, подвійне значення (*double entendre*), удаваний ентузіазм, метафори, самоіронія, парампрудокіан та хибна аргументація. Також залучаються бафос, риторичні запитання, іронія, комічна маніпуляція.

З когнітивної точки зору залучаються патерни екстраординарності, мольберту, чіткого контрасту, негативного мислення.

Усі розглянуті фрагменти гумористичного дискурсу виконують прагматичні функції активації критичного мислення, розваги, знайомство з особливостями професій, професійною та неформальною лексикою, виявлення іронії та сарказму, психологічного стресу, позитивної

мотивації на успіх, створення як стереотипних образів журналістів і редакторів, як з позитивними так і негативними рисами, формування впевненості у своїй професійній компетенції та інтелектуальній силі, прагненням до пошуку креативних рішень.

Доречність включення гумористичного дискурсу в цілому та соціо професійних жартів зокрема у програми вивчення англійської мови журналістів та редакторів, обумовлюється тим, що ці жарти:

- розширюють лексикон студентів, за рахунок неформальної та професійної лексики цих соціо професійних груп;

- навчають активному використанню низки стилістичних та літературних прийомів притаманних англомовному гумору;

- покращують навички написання якісного англомовного контенту;

- створюють умови для отримання більш глибоких когнітивних інсайтів при розпізнаванні англомовного гумору та сатири, іронії та сарказму;

- посилюють гумористичну, культурологічну та міжкультурну компетенції студентів.

Отримані результати цієї статті потребують наукових розвідок на більшому масиві фактичного матеріалу.

Список використаної літератури

1. Андрущенко В. П. Модернізація педагогічної освіти України в контексті Болонського процесу. Вища освіта України. 2004. № 1. 5–9 с.
2. Здоровега В. Й. Про журналістику та журналістів: статті, нариси, виступи, діалоги. Львів, Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2004. С. 90–99.
3. Черемис І. М. Формування професійної компетентності майбутніх журналістів засобами іншомовних фахових видань. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня педагогічних наук. Київ: ІТЗУ АПН, 2008. 22 с.
4. Admin A. 100+ Journalist Puns, Jokes And One-Liners. 2024. URL: <https://punsgalaxy.com/journalist-puns-jokes-and-one-liners/> (accessed 12.10.2024).
5. Carol C. 30 Hilarious Journalist Jokes That Will Have You ROEL! 2023. URL: <https://presspitch.io/journalist-jokes/> (accessed 12.10.2024).
6. Casabianca S.S., Gepp K. 15 Cognitive Distortions To Blame for Negative Thinking. January 11, 2022. URL: <https://psychcentral.com/lib/cognitive-distortions-negative-thinking> (accessed 22.09.2024).
7. Davies, C.E. How English-learners Joke with Native Speakers: An International Sociolinguistic Perspective on Humor as Collaborative Discourse across Cultures. *Journal of Pragmatics*, 2003, 35(9), 1361–1385. [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(02\)00181-9](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(02)00181-9)

8. Frothingham S., Legg T.J., What Is Negativity Bias, and How Does It Affect You? December 16, 2019. URL: <https://www.healthline.com/health/negativity-bias> (accessed 22.12.2022).
9. Hann, D. Humorous Play and its Implications for Classroom Practice. In *Spontaneous Play in the Language Classroom: Creating a Community*. 2020. pp.191–218. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-26304-1_8
10. Heidari-Shahreza, M.A. Humor-Integrated Language Learning (HILL): Teaching with and about Humor. In J. Rucynski Jr. and C. Prichard (Eds), *Bridging the Humor Barrier: Humor Competency Training in English Language Teaching* 2020. pp. 79–106. Lexington Books.
11. Indianapress (2017). 20 hilarious 'newsroom jokes' every journalist would relate to URL : <https://indianexpress.com/photos/trending-gallery/hilarious-jokes-that-every-journalist-will-relate-to/> (accessed 22.09.2024).
12. Nichols S. Our 100 lists of 100: Corny Journalism Jokes. URL: <https://100.jea.org/2058/100-of-100/our-100-lists-of-100-corny-journalism-jokes/> (accessed 22.09.2024).
13. Paivio A. *Imagery and verbal processes*. N. Y.: Holt, Rinehart & Winston. 1971. 312p.
14. Reddington, E., & Waring, H. Z. Understanding the Sequential Resources for Doing Humor in the Language Classroom. *Humor*, 2015. 28(1), 1–23. <https://doi.org/10.1515/humor-2014-0144> (accessed 22.09.2024).
15. Rucynski, J., & Prichard, C. The Role of Humour Competency Training in English Language Teaching (pp. 497–520). In E. Vanderheiden, C.-H. Mayer (eds.). 2024. *The Palgrave Handbook of Humor Research*, https://doi.org/10.1007/978-3-031-52288-8_24
16. Wulf, D. A Humor Competence Curriculum. *TESOL Quarterly*, 44(1), 2020. 155–169. <https://doi.org/10.5054/tq.2010.215250> (accessed 22.09.2024).
17. Tversky A., Kahneman D. Advances in prospect theory: cumulative representation of uncertainty. *Journal of Risk and Uncertainty*, 1992. №5. 297–332
5. Carol, C. (2024, October 9). 30 hilarious journalist jokes that will have you ROFL! *Presspitch*. <https://presspitch.io/journalist-jokes/>
6. Casabianca, S. S., & Gepp, K. (2022, January 11). 15 cognitive distortions to blame for negative thinking. *Psych Central*. <https://psychcentral.com/lib/cognitive-distortions-negative-thinking>
7. Davies, C. E. (2003). How English-learners joke with native speakers: An international sociolinguistic perspective on humor as collaborative discourse across cultures. *Journal of Pragmatics*, 35(9), 1361–1385. [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(02\)00181-9](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(02)00181-9)
8. Frothingham, S., & Legg, T. J. (2019, December 16). What is negativity bias, and how does it affect you? *Healthline*. <https://www.healthline.com/health/negativity-bias>
9. Hann, D. (2020). Humorous play and its implications for classroom practice. In *Spontaneous play in the language classroom: Creating a community* (pp. 191–218). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-26304-1_8
10. Heidari-Shahreza, M. A. (2020). Humor-integrated language learning (HILL): Teaching with and about humor. In J. Rucynski Jr. & C. Prichard (Eds.), *Bridging the humor barrier: Humor competency training in English language teaching* (pp. 79–106). Lexington Books.
11. Indianapress. (2017). 20 hilarious 'newsroom jokes' every journalist would relate to. *Indian Express*. <https://indianexpress.com/photos/trending-gallery/hilarious-jokes-that-every-journalist-will-relate-to/>
12. Nichols, S. (n.d.). Our 100 lists of 100: Corny journalism jokes. *JEA*. <https://100.jea.org/2058/100-of-100/our-100-lists-of-100-corny-journalism-jokes/>
13. Paivio, A. (1971). *Imagery and verbal processes*. Holt, Rinehart & Winston.
14. Reddington, E., & Waring, H. Z. (2015). Understanding the sequential resources for doing humor in the language classroom. *Humor*, 28(1), 1–23. <https://doi.org/10.1515/humor-2014-0144>
15. Rucynski, J., & Prichard, C. (2024). The role of humor competency training in English language teaching. In E. Vanderheiden & C.-H. Mayer (Eds.), *The Palgrave handbook of humor research* (pp. 497–520). https://doi.org/10.1007/978-3-031-52288-8_24
16. Wulf, D. (2010). A humor competence curriculum. *TESOL Quarterly*, 44(1), 155–169. <https://doi.org/10.5054/tq.2010.215250>
17. Tversky, A., & Kahneman, D. (1992). Advances in prospect theory: Cumulative representation of uncertainty. *Journal of Risk and Uncertainty*, 5, 297–332.
18. Humor Barrier: Humor Competency Training in English Language Teaching (pp. 79–106). Lexington Books.

Надіслано до редакції 13.10.2024 р.