

**Сушкевич О. В.**

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

## ІРОНІЯ Й САРКАЗМ ЯК ФОРМИ ВИЯВУ КОМУНІКАТИВНОЇ АВТОРИТЕТНОСТІ ТА СТАТУСУ МОВЦЯ В ПОЛІТИЧНОМУ ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ ДИСКУРСІ

*Стаття присвячена аналізу дискусійних та актуальних питань формування комунікативної авторитетності учасників спілкування і статусу мовця у російських суспільно-політичних телевізійних передачах. Зокрема, мова йде про прагматичний потенціал та перлокутивний вплив, здійснюваний мовцем на широку аудиторію глядачів за допомогою іронії та сарказму.*

*У роботі розглядаються особливості та структура комунікативної авторитетності і статусу учасників спілкування та інших сторін, яких вони представляють в ефірі. Прослідковується залежність між можливістю мовця вдаватися до іронії чи сарказму і рівнем його комунікативної авторитетності та статусу (ведучий, гість програми, політолог, експерт, сторона, інтереси якої представляються). Отже, комунікативна авторитетність розглядається як така, що зумовлюється формальним статусом комуніканта або ж динамічно розвивається у процесі спілкування.*

*Іронія та сарказм позиціонуються як форми індивідуальної словотворчості зі значним прагматичним потенціалом, які здатні влучно передавати думку мовця. У статті представлені види останніх та їх використання на підвищення чи пониження комунікативної авторитетності учасників політичного обговорення. Окрім того, розкривається різниця між означеними явищами з погляду їх смислового навантаження та структури.*

*Також робота окреслює особливості сучасної російської лінгвокультури у позиціонуванні соратників та опонентів за допомогою іронії та сарказму. У результаті проведеного дослідження встановлено, що іронія та сарказм є невід'ємними складниками політичного обговорення у телевізійному ефірі та виявляють ставлення мовців як до сильних, так і до слабких комунікантів без особливих етичних меж дозволеного. Зауважується, що означені засоби є фактором економії часу та мовних ресурсів, оскільки коротко та креативно передають думку того, хто говорить, із широкою імпліцитністю та підтекстом. Декодування задуму автора потребує як загальної обізнаності, так і розуміння суспільно-політичних та історичних процесів у ретроспективі та синхронії.*

**Ключові слова:** іронія, сарказм, комунікативна авторитетність, комунікативний статус, політичний телевізійний дискурс.

**Постановка проблеми.** У політичному телевізійному дискурсі соратники та опоненти вступають у таку вербальну та невербальну прагматичну взаємодію, у якій вони прагнуть здійснити комунікативний вплив на слухачів, доводячи авторитетність свою чи політичної сили, інтерпретуючи та оцінюючи певні політичні події, а також якості та дії інших політиків. Така вербальна та невербальна боротьба розгортається перед багатомільйонною аудиторією глядачів, безпосередньо впливаючи на формування їх поглядів та переконань. Отже, *комунікативна авторитетність* (далі – КА) учасників спілкування наділяє мовців більшим чи меншим впливом, значимістю та довірою слухачів, підвищуючи чи понижуючи комунікативний статус перших. КА включає епістемічний (знання та досвід мовця), деонтичний (право на

владу, голос), аксіологічний (систему цінностей, яку транслює мовець) складники. Ступінь авторитетності того чи іншого учасника визначатиме успішність чи неуспішність комунікації в цілому [4, с. 223]. Ця категорія є динамічним явищем, яке потребує постійного ствердження у процесі комунікації, тобто сказане політиком повинно бути актуальним та сприйматися як значиме серед *своїх та чужих*.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** До вивчення питання комунікативної авторитетності все частіше звертаються такі дослідники-мовознавці, як В. Б. Кашкін (КА як прояв комуніканта, влади та колективного висунання), О. В. Спиридовський (КА як показник успішності чи провалу політичної комунікації), О. В. Сарафаннікова (КА як дискурсивне втілення ідеї влади),

А. А. Болдирева (КА як фактор довіри учасників комунікативного процесу). Авторитетність мовця нерозривно пов'язана з його *комунікативним статусом* (далі – КС), тобто обсягом повноважень, котрими володіє комунікант відносно 1) ініціації, регулювання й припинення вербального контакту, 2) вибору та моніторингу тематики спілкування, 3) вибору та реалізації мовленнєвих дій або *актомовного репертуару* (термін О. Г. Почепцова) [3, с. 41].

Зокрема, іронія та сарказм є формами вираження КА та КС мовця у певній ситуації, які ще недостатньо досліджені у сучасній лінгвопрагматиці та соціолінгвістиці.

**Постановка завдання.** *Метою* нашої статті є визначення прагматичного потенціалу іронії та сарказму під час формування КА та КС мовця на матеріалі російських телевізійних суспільно-політичних програм 2018–2019 рр. («Время покажет», «60 минут», «Кто против?», «Прямая линия с Владимиром Путиным», «Однако», «Миропорядок 2018»). *Завданням* цієї розвідки є аналіз закономірностей використання іронії та сарказму і їх видів у російській лінгвокультурі з метою підвищення чи пониження КА та КС учасників комунікативної ситуації під час обговорення політичних подій та особистостей сьогодення.

**Виклад основного матеріалу.** Динамічний політичний російськомовний телевізійний дискурс рясніє критичними прямими та непрямыми і навіть агресивними формами вираження оцінки, тому іронія та сарказм займають головні позиції як непересічні форми словотворчості та впливу на глядача серед сукупності образ, кепкувань та звинувачень. Формат сучасних російських суспільно-політичних програм дозволяє вдаватись як до лагідних, так і грубих форм вираження думки.

Зупинимось на особливостях іронії та сарказму та їх ролі у політичному телевізійному дискурсі. Зокрема, *іронія* передбачає неоднозначність закладеного сенсу висловлювання, певний натяк, який можна інтерпретувати по-різному. Іронія обеззброює партнера зі спілкування та не викликає бажання захищатися, а, навпаки, – посміятися. Вона реалізує етикетне спілкування, попереджає конфлікт, коли мовець імпліцитно закладає інший сенс у свої слова, «коли задається така ситуація, за якої виникає повний незбіг між пропозиційним змістом висловлювання і його мовленнєвим змістом» [1, с. 3]. В. Передерій зазначає, що коли іронічна насмішка стає злою, знущальною, то її називають сарказмом [2, с. 439]. Таким чином, *сарказм* є своєрідною формою вираження злости-

вого домінування мовця над опонентом, його думками, діями, партнерами тощо. Проте опоненти теж бувають різні – слабкі та сильні, впливові та не впливові, або ж такі, які просто дратують. Залежно від характеристик опонента добираються і форми вираження іронії чи сарказму. Для сильних та значимих добираються більш витончені та завуальовані іронічні висловлювання, які підкреслюють авторитет та значимість політичного опонента, а для слабких – відверто агресивні та брутальні формулювання-образи. Однак творення іронії та сарказму – це процес оказіональної словотворчості, яка реалізується у певному контексті, опираючись на пресупозицію мовця задля створення певного влучного перлокутивного ефекту на оточуючих та глядачів. Наприклад, для номінацій на позначання країн та їх лідерів знаходимо такі метафоричні та персоніфіковані іронічні та саркастичні формулювання в російському ефірі:

– **США** – «Корабль в океане», «кто-то с самым большим бюджетом» («Время покажет», ефір 03.07.18);

– **Країни Євросоюзу (Франція)** – «лодочка в море» («Время покажет», ефір 03.07.18);

– **Трамп** – «Большой Босс!» («Время покажет», ефір 03.07.18);

– «Если перевести имя Дональда Трампа на русский язык, то получится Владимир Федорович Козырь» («60 минут», ефір 16.08.19);

– **Макрон** – «мальчик на ниточке» («Время покажет», ефір 03.07.18);

– **Аляска** – «Айс-Крым» («Прямая линия с Владимиром Путиным», ефір 17.04.2014);

– **Лідери Євросоюзу** – «Европейские лидеры – дураки, сидящие на горшках, которых можно либо с них скинуть, либо надеть на голову <...>. Как дам по башке – так уедешь на горшке!» («Однако», ефір 05.07.18).

Останній приклад відображає використання дитячого віршика-дражнилки та його трансформації для неаргументованого приниження вищого ешелону влади Євросоюзу та демонстрації своєї влади над ним Росією. Підтвердженням тому є такий приклад, сформульований риторичним запитанням:

*Володимир Путін про світ та ядерну війну: «А зачем нам такой мир, если там не будет России?!»* («Миропорядок 2018», ефір 07.03.18).

Наведені приклади демонструють, як за допомогою іронії та сарказму можна яскраво представити світову систему розстановки політичних сил з огляду на КА та КС світових політичних лідерів та країн. Постає питання про межі допустимого

та прийняттого у досліджуваній лінгвокультурі з огляду на політичну коректність, етичні, моральні принципи та юридичну відповідальність за авторитетне приниження політичного опонента. Як бачимо, у російській лінгвокультурі таких меж немає.

Слід зазначити, що КА та КС учасників суспільно-політичних телевізійних передач різні. Ведучі мають формально високі КА та КС, а у запрошених політичних експертів (соратників та опонентів) КА та КС перебувають у динаміці. КС ведучих наділяє їх правом ініціювати обговорення навколо певної тематики. Звідси постають об'єкти іронії та сарказму в означених телевізійних передачах останніх років. Як відомо, мовець завжди говорить лише про значиме, тобто цінне для нього, тому традиційно об'єктами іронії та сарказму є стратегічні питання російської та світової політики останніх років:

1) *Україна та її щоденне суспільно-політичне життя;*

2) *Євросоюз та його члени;*

3) *Америка та Китай;*

4) *сенсації дня.*

Зауважимо, що тема України займає більшу частину ефіру російських суспільно-політичних програм. Україна представляється саркастично недолугою у своїх діях та, зокрема, неповносправною у протистоянні зі «старшим братом», наприклад:

*Ведуча:* «Ну, вот как хочешь, так с ними и договаривайся!» («60 минут», ефір 22.06.18);

*Ведучий:* «Борьба Украины с собственной историей все глубже загоняет ее в дремучее мракобесие» («60 минут», ефір 03.07.18);

*Ведучий, звертаючись до представника з України:* «Вступление в Европу для вас является дикой русофобией» («60 минут», ефір 03.07.18).

Попередні приклади демонструють, що саме ведучі наділені правом вдаватися до іронії чи сарказму, скеровуючи обговорення та коментуючи ті чи інші явища, тобто мова йде про асиметричність КС мовців. Така ж тенденція простежується під час представлення опонентів, тим самим занижуючи авторитетність останніх в очах глядачів. Наприклад:

*Ведуча:* «Сара Сандерс – знаменитая и наша «любимая» – <...>» («60 минут», ефір 03.07.18);

*Ведуча про керівництво Міноборони України:* «Одного не слушают, потому что он <...>. Другого не слушают, потому что он испуганный начальник генштаба <...>» («60 минут», ефір 03.07.18).

У російській лінгвокультурі формат політичних передач наділяє ведучих навіть більшим правом на сарказм, ніж учасників політичних дебатів чи обговорення (політологів, експертів). Таким чином, думки, сформульовані у саркастичній манері, є такою мовленнєвою дією, яка одразу ж запускає механізм подальшого *шмагання* опонента іншими учасниками дискусії. Наведемо приклад:

*Ведучий:* «Как бы вы могли объяснить **чушь**, сказанную представителем Минобороны Украины?»

*Николай Лапташин:* «**А чё тут объяснять? Врача надо позвать!**» («60 минут», ефір 03.07.18).

Схожий ефект досягається і завдяки риторичним запитанням та ствердженням, наприклад:

*Ведучий:* «Нынешний начальник Украины по идеологии совсем с ума сошел, наверное. Вятрович назвал 22 июня, эту скорбную дату, совком! <...> Порошенко объявляет никчемную экономическую войну. Вот если бы дедом это и прадедам сказать, которые вот тогда воевали?» («60 минут», ефір 22.06.18);

*Евген Копатько (про Україну):* «Новые лидеры?! Какие новые лидеры?!» («60 минут», ефір 04.07.18).

**Сарказм твориться і за допомогою персоніфікації опонента**, тобто представлення його в образі добре відомих негативних героїв, які, як відомо телеглядачеві, завжди зазнають поразки у боротьбі з добром і позитивними персонажами та їх добрими намірами, наприклад:

*Ведучий:* «Идею «Северного потока» многие поддерживают <...>, но даже тот, кто вроде бы не поддерживает, все равно рано или поздно поддержит. Но в каждой сказке должна быть своя **Баба Яга**. В нашей сказке – это **Украина**, которая <...>» («60 минут», ефір 05.07.18).

Сарказм у політичній сфері охоплює широкий контекст попередніх подій, тому розуміння злостивої іронії доступне не кожному та потребує володіння політичною ситуацією в цілому. Прикладом може слугувати обговорення новини, опублікованої на шпальтах «Волл стріт Джернал», про намір Трампа купити Гренландію для домінування в Арктичному регіоні:

*Гість програми:* «Сколько **стоит** суверенитет <...>?»

*Ведучий:* «Сегодня я **куплю Данию**, завтра – **Польшу**. Не надо **покупать** то, что бесплатно идет. **Еще Польшу покупать!**»

*Послушай, Трамп, Гренландия не продается, Польша не продается, она отдается!!!»* («60 минут», ефір 16.08.19).

Сарказм, який розгортається навколо покупки Гренландії, базується на пресупозиції співрозмовників та імпліцитно торкається питань оренди чи продажу Аляски, переділу світу після Другої світової війни та позиції окремих країн щодо розміщення військових баз США на своїх територіях. З лінгвістичного погляду сарказм зосереджується на дериватах на позначення базових примітивних операцій купівлі-продажу з широким підтекстом, викриваючи слабких та сильних союзників Америки.

Високий комунікативний авторитет та статус мовця наділяє його більшою можливістю для словотворчості порівняно із мовцями нижчого статусу та авторитетності, тому сарказм та іронія – центральні інструменти такого мовця, якого не наважаться перебити чи зробити зауваження. Наведемо наприклад.

Володимир Жириновський про безвіз в Україні, коментуючи відповідний фрагмент із фільму «Слуга народа»:

– *Я не хочу, чтоб они уезжали, потому что видел я их 20 лет назад <...>. На работу приехали. Какая работа? Горшки выносят у богатых греков, итальянцев... Позор! Космическая нация!!! <...> Только грязная работа! Даже улицы подметают другие! У них же у всех родители инженеры, врачи... Космическая нация! Ракеты строили! А теперь уезжают – уезжают и не возвращаются <...>* («60 минут», ефір 11.04.19).

Сарказм наведеного прикладу базується на протиставленні соціально-економічного статусу українців в Україні та за її кордоном. Паралелізми «космическая нация» та «грязная работа» з усіма подальшими роз'ясненнями та уточненнями створюють смисловий та концептуальний дисонанс, що справляє шокуюче враження на слухачів. Структурно мовець використав **двоскладовий сарказм**, перша частина якого (тематична) виражає позитивне або нейтральне судження, а друга – парадоксальну інформацію. Протиставлення обох частин створює сарказм.

Реакцією на високі показники КА та КС Володимира Жириновського стає коментар запрошеного гостя з України про політику своєї держави:

– *<...> Я всю эту политику могу одной фразой объяснить, прекрасной цуткой. Я договорился об интима с Клаудией Шифер 50 на 50. А это как? Я согласен, она – нет! Вот и вся наша политика: мы согласны, они – нет!* («60 минут», ефір 11.04.19).

Наведений приклад демонструє занижений КС мовця як реакцію пристосування до асиметричності, нерівності комунікативної ситуації в цілому. Мовець теж звернувся до двоскладового

сарказму, спочатку стверджуючи, а потім заперечуючи обговорюваний факт. Проте використання сарказму обома мовцями дозволяє швидко, влучно та ефектно передати свою думку. Пояснення тих самих понять академічною мовою зайняло б набагато більше часу та не настільки зацікавило б цільову аудиторію.

Ще одним способом підвищення власних КА та КС з метою привернення уваги є **використання оказіонального словотворення або іншомовного слова під час творення сарказму**, наприклад:

*Гість: «Грэндиозный план Трампа!!!» («60 минут», ефір 16.08.19).*

«Грэндиозный» – слово, утворене від назви найбільшого острова Гренландії, який начебто має намір придбати Трамп з метою розміщення військових баз для контролю РФ та Китаю. Ствердження закладає саркастичну оцінку наміру американського президента, непрямю натякаючи на його грандіозність – «грэндиозність».

Підвищення КА та КС мовця також здійснюється завдяки ще одному виду сарказму, який утворюється завдяки **введенню у висловлювання неочікуваної у заданому контексті лексико-семантичної одиниці**. Перлокутивний ефект від такого сарказму – привернення уваги аудиторії, наприклад:

Ведучий: *«Внимание! Сосредоточились! А то я вам в карман полезу!»* («Кто против?», ефір 16.08.19).

Пониження чи підвищення КА та КС опонента можливе за допомогою **паралелізму**, в основі якого – відома історія та сучасне явище, які вміщують іронію чи сарказм у другій частині, та **посилання на експертні оцінки представниками опонента**:

Ведучий: *«Конечно же все помнят историю про Ньютона. Он сидел под деревом, на него упало яблоко – он воскликнул: «Эврика!» и выскочил из ванны. Нечто подобное, на мой взгляд, произошло с постоянным представителем Украины в Совете Европы. Зовут его Дмитрий Кулеба. Он из Украины, конечно же. Он где-то сидел или лежал и выяснил, что произошло с Украиной за последние 20 лет. Вот, пожалуйста <...>».*

Цитата Дмитра Кулеби від 17.08.19, виведена на екран у студії: *«За 28 лет независимости Украина не создала экономического чуда. Не построила сильных политических, государственных, гражданских и финансово-экономических учреждений. Не нашла сбалансированного решения для жизненно важного вопроса идентичности людей,*

являющихся ее гражданами. В конечном итоге, и это самое страшное, мы теряем главные признаки любого государства – население и территорию» («Время покажет», ефір 19.08.19).

Подібний перлокутивний ефект досягається і з опорою КА на факти, статистику, відео, фото та коментарі.

**Висновки і пропозиції.** Іронія та сарказм є комунікативними інструментами мовців з різним

рівнем авторитетності та статусу для передачі змістовних та критичних суджень про предмет обговорення у сучасних російських телевізійних суспільно-політичних передачах. Що вищий комунікативний статус та авторитет людини, яка говорить, то більший рівень словотворчості вона може собі дозволити в ефірі. Іронія та сарказм є засобами підвищення чи пониження КА та КС учасників мовленнєвої взаємодії.

#### Список літератури:

1. Космеда Т. А. Аксиологічні аспекти прагмалінгвістики: формування і розвиток категорії оцінки. Львів, 2000. 350 с.
2. Передерій В. Ф. Іронія в естетиці. *Українська Радянська Енциклопедія*. 2-е видання. Київ, 1979. Т. 4. С. 439.
3. Почепцов О. Г. Комунікативний статус як параметр мовленнєвої взаємодії. *Мовознавство*. 1989. № 4. С. 40–45.
4. Сушкевич О. Соціально-гуманітарні основи лінгвістичного дослідження понять «авторитетність» та «авторитет». *Інновації в сучасній освіті: український та світовий контекст* : матеріали інтернет-конференції, м. Умань, 28 вересня 2018 р. Умань. С. 223–228.

#### Sushkevych O. V. IRONY AND SARCASM AS FORMS REVEALING SPEAKER'S COMMUNICATIVE AUTHORITY AND STATUS IN POLITICAL TELEVISION DISCOURSE

*The article is devoted to the analysis of debatable and topical issues of forming communicative authority by conversation participants and the status of the speaker in Russian socio-political television programs. In particular, it is about the pragmatic potential and perlocutionary influence on a large audience of viewers produced by the speaker with the help of irony and sarcasm.*

*The paper considers the peculiarities and structure of the communicative authority and status of the conversation participants and other parties they represent on the air. We define the interdependence between the speaker's ability to turn to irony or sarcasm and his / her level of communicative authority and status (presenter, guest of the program, political scientist, expert, a party whose interests are represented). Accordingly, communicative authority is seen as predetermined by the formal status of the communicator or dynamically developed in the communication process.*

*The article regards irony and sarcasm as forms of individual word-making with considerable pragmatic potential, which can convey the idea of the speaker. The article presents their types and uses to enhance or reduce the communicative authority of political debate participants. Besides, we reveal the difference between the identified phenomena in terms of their semantic load and structure.*

*Moreover, the work outlines the features of contemporary Russian linguistic culture in the positioning of associates and opponents with the help of irony and sarcasm. As a result, irony and sarcasm are found to be integral components of political debate on television and show the attitude of the speakers to both strong and weak communicators without specific ethical limits. It is noted that these tools are a factor of saving time and language resources, as they convey the opinion of the speaker with the wide implication shortly and creatively. As a consequence, decoding the author's intention requires both general awareness and knowledge and understanding of socio-political and historical processes in retrospect and synchronicity.*

**Key words:** *irony, sarcasm, communicative authority, communicative status, political television discourse.*