УДК 070+81
DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10414

Ю. М. Коняева
Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург

А. А. Самсонова
Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург

САРКАСТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА В МАССМЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ ДИСКРЕДИТАЦИИ ЛИЧНОСТИ: РЕЧЕВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РНФ в рамках научного проекта № 19-18-00530

Статья посвящена анализу саркастической оценки персоны, которая приводит к ее дискредитации в медиатекстах. Саркастическая оценка рассматривается с позиций лингвопраксиологии: проводится анализ языковых и композиционных средств номинации, дескрипции, актантности. Важнейшими из лингвистических средств саркастической оценки в дискредитирующих медиатекстах становятся такие приемы, как абсурдизация, гиперболизация, алогизм и примитивизация.

Ключевые слова: сарказм, комическое, лингвопраксиология, дискредитация, речевая репрезентация, оценочность.

Массмедиа сегодня активно используют ресурсы комического для трансляции общественных ценностей и демонстрации отношения к людям и событиям актуальной повестки дня. Смех становится инструментом манипулирования, демонстрации несостоятельности, абсурдности избранного обществом подхода к освещению актуальных проблем, дискредитации его в глазах массовой аудитории. Журналист через текст вступает в полемику с обществом или отдельными его группами, давая оценку чужой смысловой позиции. Зачастую такая оппозиция «свой – чужой» проявляется в использовании саркастической оценки, которая принимает форму разоблачающей насмешки над событием, ситуацией, человеком и становится инструментом его дискредитации. Новизна нашего подхода видится в изучении лингвистического инструментария формирования в медиатексте саркастической оценки человека как транслятора определенных представлений о мире.

Целью настоящей статьи мы ставим выявление в медиадискурсе комплекса приемов, которые формируют саркастическую оценку персоны, становясь инструментом дискредитации как самого человека, так и транслируемых им идей. Для достижения цели привлекаются семантический и праксиологический методы, которые позволяют показать специфику речевых действий, демонстрирующих полемический характер саркастической оценки человека в массмедиа.

В качестве материала выступили 50 текстов за 2019–2020 гг., опубликованных в российских общественно-политических медиаресурсах различной направленности: либеральных («Московский комсомолец», «Независимая газета», «Сноб»), прогосударственных («Царьград»), нейтральных («Комсомольская правда», «Взгляд») и на портале, размещающем заведомо фейковые новости в целях развлечения аудитории (ИА «Панорама»). Корпус текстов был сформирован по ключевому слову «Грета Тунберг». Далее отбирались тексты, в которых саркастическая оценка персоны является значимой для формирования портрета шведской школьницы и экоактивистки.

Безусловно, мы не имеем возможности показать специфику всех изученных текстов в рамках одной статьи, поэтому ограничимся пунктирным обозначением наиболее характерных особенностей.

1. История вопроса

Сарказм в науке традиционно рассматривается как «термин в риторике и общем употреблении для насмешливо иронических замечаний <…>. Сарказм служит для насмешек и

унижений. Часто применяется из-за обиды и незащищенности, но также используется людьми, обладающими властью (например, учителями и армейскими инструкторами), как средство обозначения и поддержания этого авторитета» [20. С. 887. *Перевод наш – Ю. К., А. С.*]. Такой подход обозначает ключевые характеристики сарказма, с которыми соглашается большинство ученых: его соотношение с иронией, направленность на унижение, особый коммуникативный статус сарказмирующего объекта, который располагает себя выше, чем предмет насмешки, в позиции «властного». Ряд положений, однако, представляется спорным, формируя дискуссии вокруг исследуемого термина. Так, спорным остается вопрос о квалификации явления сарказма, который воспринимается либо как подвид высказываний: «остроироничный комизм; оттенок смеха с горьким привкусом; особо издевательское высказывание» [3. С. 100], либо как троп: «В структурном отношении сарказм близок к тропам, к одному из его видов – иронии» [7. С. 659]. Тем не менее большинство ученых сходится на том, что сарказм является разновидностью иронии: еще в «Риторике к Александру» [15] сарказм определяется как один из четырех видов иронии (наряду с остроумием, насмешкой и шутливой насмешкой). Этой же точки зрения придерживались более поздние риторики [6] и литературные критики, такие как В. Г. Белинский [2], изучающие практическое применение сарказма. Современные теоретики юмора также говорят о соотношении понятий «ирония» и «сарказм»: сарказм – это «разновидность вербальной иронии, проявление негатива к предмету осмеивания. Цель сарказма состоит в том, чтобы успешно передать желаемый уровень негативного отношения докладчика к некоторому референтному событию / ситуации» [16. С. 236].

Лингвистические исследования основываются на том, что сарказм (как и ирония) является «средством квалификации сообщаемого субъектом высказывания и способом проявления его эмоциональной реакции, что является смысловой основой модальности» [12. С. 82–83]. Понятие «модальности сарказма» близко к высказываемому учеными понятию «тональности сарказма» [13], которое рассматривается в лингвофилософском аспекте как категория эстетизации текста. В русле коммуникативной стилистики существует подход к сарказму как к тактике, воплощающей стратегии дискредитации и дисфемизации [8].

В данном исследовании мы опираемся на подход к сарказму как к особой модальности оценочности. Вслед за Г. В. Орловой, предложившей определение иронической модальности как «категории, выражающей оценочно-ироничное отношение автора к рассматриваемым событиям, явлениям, персонам с определенных эстетических и этических позиций с помощью разноуровневых экспликаторов модальности» [10. С. 54], мы рассматриваем сарказм как прагмалингвистический феномен, выраженный в коммуникации особыми средствами, направленными на формирование определенного воздействия на адресата.

Специфика функционирования сарказма в медиатекстах порождает необходимость разграничения терминов «сарказм» и «ирония». Один из подходов связан с понятием конфликтности текста: если ирония, по мнению исследователей, основана на контрасте подразумеваемого, то сарказм еще и конфликтогенен, направлен на унижение собеседника и добровольное принятие факта испорченных отношений [5. С. 149]. Другой подход основан на разделении понятий с точки зрения интенций говорящего. Так, по мнению Дж. Хаймана, сарказм всегда преднамерен, что необязательно для иронии [19]. Третий подход предполагает, что сарказм, в отличие от иронии, всегда направлен на человека, имеет «жертву» [21]. При этом ирония и сарказм имеют общую двуплановую природу: противопоставление сообщаемого и подразумеваемого.

Двуплановая природа сарказма возникает на стыке двух скриптов: ожидаемого и контекстуального. Исходя из этого, сарказм основывается на явлении речевого парадокса и может выражаться теми же средствами, которыми выражается ирония:

– лексическими единицами (единицы, в которых иронический экспрессивный элемент объективно входит в структуру значения (помечены в лексикографических источниках *иронич.*) и единицы, приобретающие иронический компонент в ситуативном контексте) [9];

– тропами и фигурами речи (сравнение, аллюзия, антитеза, гипербола, литота, гротеск, каламбур, оксюморон, алогизм, парадокс, пародия, карикатура и др.);

– средствами интертекстуальности (цитаты, аллюзии, реминисценции) [14].

Вместе с тем остается еще малоизученным вопрос об инструментарии выражения саркастической оценки различных аспектов действительности (событий, ситуаций, персон) с

позиции лингвопраксиологии, ориентирующейся на выстраивание эффективной коммуникации. Новизна такого подхода составляет основу настоящей статьи.

2. Методика анализа

В нашем исследовании мы привлекаем в качестве основного метода лингвопраксиологический анализ медиатекста, включающий четыре основных направления: 1) изучение особенностей лингвистического инструментария медиатекста; 2) выявление основных коммуникативных действий, составляющих его специфику; 3) исследование принципов функционирования текста в медиасфере; 4) оценку эффективности использования речевого инструментария во всей совокупности языковых и коммуникативных средств [17].

Выстраивая в соответствии с этим логику анализа саркастической оценки человека в медиатексте, на первом этапе мы используем методику анализа жанровой семантико-стилистической категории персональности [18] для выявления основных семантических узлов и выделения микрополей категории персональности (номинации, дескрипции и актантности), формирующих портрет человека. Поскольку средства выражения референтной категории персональности взаимодействуют в журналистском тексте со средствами выражения категорий диалогичности и оценочности, далее мы исследуем специфику авторской субъективности, отмечая, что средством выражения саркастической оценки в медиатексте становится категория аномальности, проявляющаяся, с одной стороны, в чрезмерности, абсурдизации, с другой стороны – в упрощении, нехватке, недостаточной проявленности признака. Следующий этап анализа связан с выявлением специфических речевых приемов, основанных на несоответствии референтных и иллокутивных смыслов формируемого портрета человека, которые позволяют транслировать саркастическую оценку в рамках исследуемого дискурса.

3. Результаты и обсуждение

Грета Тунберг выбрана в качестве объекта исследования по той причине, что в российском медиадискурсе ее имя мифологизировано и «эмоционально накачано» [4]. Образ Греты Тунберг в медиа конфликтен и используется не только для выражения позиций экоактивизма, но и для противопоставления традиционному обществу: Грета Тунберг – «разгневанная девочка». Как отмечают исследователи, этот образ «был с готовностью принят массовой культурой и ожидаемо растиражирован в мемах, фото, слоганах, нанесен на футболки и стикеры, отрисован художниками и пропет музыкантами» [11]. В связи с этим насмешка над героиней в медиа становится способом выражения авторского отношения к популистскому подходу в решении значимой экологической проблемы. Высмеивая Грету Тунберг, медиа по сути демонстрируют несостоятельность получивших популярность идей.

В медиапространстве обнаруживаются коллокации «казус Греты», «феномен Греты», «эффект Греты», «фактор Греты», описывающие влияние, оказываемое экологической повесткой на все сферы жизни человечества. В медиатекстах «казус Греты» описывается как порождение «агрессивного информационного поведения» («Феномен Греты Тунберг» и информационные войны эпохи постглобализации, https://zvezdaweekly.ru/news/20191015151-TN7Lv.html, дата обращения: 15.07.2021), реакцией на которое выступает формирование утрированного, саркастически-оценочного образа Греты Тунберг.

Портрет формируется определенным набором семантических узлов, среди которых особое значение имеют эмоции и связанные с ними реакции на внешние и внутренние воздействия, физиологические состояния героини, а также физические действия, называющие ее протестную деятельность и передающие прямую речь (типология: [1]). Тексты организуют микрополя языковых и композиционных средств номинации, дескрипции, актантности, которые, взаимодействуя в медиатексте со средствами выражения категории аномальности, формируют различные приемы саркастической оценки человека. Рассмотрим отдельно каждое микрополе, выявив в нем характерные приемы саркастической оценки человека.

3.1. Номинации

Ядерными средствами выражения номинации в тексте являются имена существительные: собственные, выделяющие в тексте объект репрезентации, и нарицательные, дающие представление о характере его деятельности. В представленном материале нейтральные номинации, построенные по модели «имя + фамилия», а также номинация по роду деятельности *экоактивистка* являются для дискурса цементирующими. При этом нейтральные на первый

взгляд, они в контексте приобретают ярко выраженное оценочное значение. В частности, этому способствует деонимизация (*Грета Тунберг = экоактивисты*), демонстрирующая чрезмерную активность представителей экологического движения: *«Летать стыдно»: За что **«греты тунберг»** ополчились на самолеты… Грета – не единственная и не первая. На авиацию **экоактивисты** ополчились давно* («Летать стыдно»: за что «греты тунберг» ополчились на самолеты, https://www.kp.ru/daily/27038.5/4103030/, дата обращения: 15.02.2021). Повтор глагола *ополчились* в этом случае делает очевидным авторскую насмешку.

Включение нейтральной номинации в логическую цепочку с другими нейтральными номинациями может приводить к абсурдизации, в связи с чем сарказм становится очевиден в контексте: *Да придет антихрист: возлюби **Грету Тунберг** и **Ольгу Бузову*** (Да придет антихрист: возлюби Грету Тунберг и Ольгу Бузову, https://www.mk.ru/politics/2019/09/25/da-pridut-antikhristy-shvedskuyu-shkolnicu-gretu-tunberg-sravnili-s-buzovoy.html, дата обращения: 15.02.2021). С помощью алогизма происходит сближение героев, которые, по мнению медиа, приносят «пользу» обществу. Это становится основой для выстраивания насмешки: *Однако **Грета Тунберг** не воцарилась бы, если б на то не существовало запроса. Что лежит в основе ее торжества? То же, что в феноменальном успехе **Бузовой** в России. И по **Грете**, и по **Ольге** изначально видно, что они особенные (в политкорректное время используют подобные эвфемизмы). И, наблюдая за ними, человек — даже самый неказистый — чувствует себя полноценнее. Такие, как **Грета и Бузова**, нужны обществу, чтобы скрывать его тотальную деградацию. Нет, вы не тупы и не больны. Вы умны и красивы. Не верите? Смотрите на **Грету и Бузову*** (Там же). На усиление комического эффекта здесь работают и соединительные союзы, связывающие номинации.

Несоответствие с помощью номинаций демонстрируется также через намеренное акцентирование юного возраста героини: *девочка, девочка Грета, девочка Тунберг, скромная девочка, удивительная девочка из Швеции, школьница-активистка, ребенок, блаженная 16-летняя Грета Тунберг, злая шведская девочка, истеричная девочка* и мн. др. Незрелость Греты Тунберг контрастирует с окружающей обстановкой и характером ее деятельности: *Но шло время, и вдруг **девочка** объявилась **на экономическом форуме** в Польше, где **грозила с трибуны пальчиком взрослым дядям в костюмах** и требовала «вернуть ей будущее», а давеча она же вышла на **трибуну в Давосе** и, собственно, говорила все то же самое, только со все более фанатичной ноткой в голосе* («Зеленая плесень» зовет детей в крестовый поход, https://vz.ru/opinions/2019/1/30/961795.html, дата обращения: 15.02.2021). Насмешку формирует антитеза *девочка – взрослые дяди в костюмах*, а также намеренное подчеркивание действий, характерных для капризного ребенка (*грозила пальчиком*), а не «иконы» экодвижения.

Наложение оценочного компонента обогащает категориальную семантику оскорбительными номинациями с отрицательно-оценочным значением (*юная фанатичка с больной психикой, молодая кликуша, бесноватая Грета* и др.). Подобные номинации обнажают авторский сарказм, направленный не столько против конкретного человека, сколько против активно навязываемого активистами способа решения экологической проблемы, с которым автор полемизирует: *Ведь очевидно – это просто **юная фанатичка с больной психикой, молодая кликуша**, умеющая заражать своей истерией людей. **Такие** появляются в переломные времена. И люди, всегда собирающиеся вокруг сильных всплесков энергии – а из нее сумасшедшая энергия так и бьет – впадают в транс и идут за ней* (Почему я не верю девочке Грете, https://www.kp.ru/daily/27034/4098287/, дата обращения: 12.02.2021). Полемичность усиливает указательное местоимение *такие*, саркастически репрезентирующее Грету Тунберг как влиятельного человека, призванного воздействовать на массы.

Типичным приемом становится обращение к религиозной тематике: *экзальтированная **проповедница**, новая **религия** и **Пророчица Ея Св. Грета**, **великомученица** стокгольмская*. Религиозные номинации, используемые в переносном значении, создают саркастический эффект, высмеивая персону через сопоставление духовного (высокого) контекста с современными (нейтральными) реалиями.

3.2. Дескрипции

Дескрипция человека строится на описании его внешности и окружения (обстановка, люди и др.). Целостный портрет человека формируется комплексом средств: внешние детали, которые выделяет автор текста, вплетаются в текст в соответствии с авторским замыслом.

Основными средствами категориального значения становятся слова с предметной семантикой, на периферии – числительные, собственные имена существительные, акциональные глаголы эмоционального действия и др. Сарказм в дескрипциях Греты Тунберг формируется вокруг нескольких семантических узлов, которые получают особое осмысление в контексте.

Наиболее яркая внешняя деталь, описывающая героиню – косички – свидетельствует о ее юном возрасте, но в то же время становится символом не только внешней непривлекательности героини, но и абсурдности – и даже опасности – транслируемых ею идей: ***Тоталитарная*** *этика,* ***тоталитарная*** *культура – казалось, двадцатый век мог бы научить человечество распознавать эту* ***мерзость*** *на стадии зарождения, но, судя по всему, человечество умеет реагировать только на* ***свастику*** *или на* ***серп и молот****, а если* ***косички****, то человечество теряется – в самом деле, в шпаргалке на экзамене по истории про* ***косички*** *ничего не было* (Косички тоталитаризма. Против Греты нет приема, https://republic.ru/posts/94791, дата обращения: 13.02.2021). Как видим, выражение отрицательной оценки персоны неразрывно связано с обозначенной внешней характеристикой: абсурдизация достигается постановкой дескрипции *косички* в один ряд со *свастикой* и *серпом и молотом*, саркастически намекая на возможное будущее таких идей.

Саркастическая оценка передается и за счет дескрипций примитивизации, вкладываемых в уста героини: *Я убедила родителей переехать за город и жить в* ***иглу****. Мы будем жить так, как это делали наши предки. ... Да, когда я вернусь в Стокгольм, мы* ***запряжём оленей*** *и поедем за город* («Я убедила родителей переехать за город и жить в иглу». Эксклюзивное интервью с экологической активисткой Гретой Тунберг, https://panorama.pub/23745-intervju-s-gretoy-tunberg.html, дата обращения: 17.02.2021). Взяв за основу идеи экопоселения и использования экологически безопасного транспорта, выдвигаемые экоактивистами, журналист в фейковом тексте гиперболизирует их, доводя до абсурда, делая менее привлекательными для массовой аудитории: экологичные дома трансформируются в иглу, а экологичный транспорт – в оленью упряжку.

Жесткому высмеиванию подвергается психическое состояние Греты Тунберг: *23 сентября состоялось скандальное выступление на климатическом саммите ООН в Нью-Йорке шведской школьницы-прогульщицы Греты Тунберг,* ***девочки с синдромом Аспергера****,* ***превращённой*** *держащимися в тени* ***взрослыми дядями в «икону» глобального молодёжного экологического движения*** *и возможного будущего лауреата Нобелевской премии* (Распечатки переговоров Трампа, безумная Грета, клоун Джонсон: кто превращает политику Запада в балаган, https://tsargrad.tv/articles/raspechatki-peregovorov-trampa-bezumnaja-greta-kloun-dzhonson-kto-prevrashhaet-politiku-zapada-v-balagan_219308, дата обращения: 17.02.2021). Подобные дескрипции (*девочка с синдромом Аспергера, шизоидное расстройство, аутистическая психопатия* и др.), ярко высвечивающие психические проблемы личности, направлены на демонстрацию аномальности восприятия идей, которые озвучивает Грета, как заслуживающих внимания. Абсурдность проявляется в сопоставлении высокого статуса мероприятия и психической неустойчивости героини, от чего озвучиваемые ею мысли кажутся еще более несамостоятельными, навязываемыми: *На самом деле эта девочка* ***не должна стоять на заседании ООН****, как она сама и заявила. Она* ***должна наблюдаться у хорошего психиатра и пить таблетки****. Для ее здоровья все эти походы за экологию добром не кончатся* (Почему я не верю девочке Грете, https://www.kp.ru/daily/27034/4098287/, дата обращения: 12.02.2021). Психическое здоровье Греты также подвергается насмешке за счет включения в религиозный контекст: *культ Экологической Святой, Невинной и Блаженной Греты Тунберг, Великой Юродивой...* («Святая» Грета Тунберг готовит «крестовый поход» на Россию и Израиль, предупреждает Сатановский, https://tsargrad.tv/news/svjataja-greta-tunberg-gotovit-krestovyj-pohod-na-rossiju-i-izrail-preduprezhdaet-satanovskij_230293, дата обращения 17.02.2021). Эта тенденция проявляется в сопоставлении личности с известными персонажами: *Грета Тунберг до жути напоминает Дэмиена Торна — малолетнего антихриста из культового фильма «Омен»* («Летать стыдно»: за что «греты тунберг» ополчились на самолеты, https://www.kp.ru/daily/27038.5/4103030/, дата обращения: 15.02.2021), *эта Жанна д'Арк* (Душу ребенка отправили на костер ядерного лоббизма, https://vz.ru/opinions/2019/3/27/970083.html, дата обращения: 15.02.2021).

С этой же целью доводится до абсурда и демонстрация необразованности персоны. Для этого в текстах регулярно подчеркивается дескрипция, указывающая на то, что Грета прогуливает

школу (*для **прогуливающей школу** Греты и её почитателей слишком сложно; Остервеневшая **прогульщица**; шведской **школьницы-прогульщицы** Греты Тунберг; прославившаяся пикетами и **призывами** к школьникам **прогуливать** по пятницам занятия ради спасения климата и экологии планеты* и др.), а также обозначаются последствия прогулов. Аномальность подобной дескрипции обнажается за счет намеренного противопоставления противоположных точек зрения: Греты, отличающейся незрелостью суждений, и «нормального» представителя общества (в приводимом примере – преподавателя Греты Линды Вайсман): *Сама Тунберг считает школу **неприличным** местом. – Я **пыталась на неё повлиять**, но услышала в ответ, что я работаю на глобальные корпорации. Не знаю, как она планирует поступать в университет, но **допускаю, что она может не думать об этом*** (Грета Тунберг получила «двойку» по биологии в первом семестре, https://panorama.pub/28562-greta-tunberg-dvoechnica.html, дата обращения: 17.02.2021). Высказывание Тунберг содержит оценку наоборот, ярко высвечивая импульсивность и недалекость героини, очевидную на контрасте с речью преподавателя, подчеркнуто подаваемой в нейтральной тональности.

Еще одним признаком необразованности становится намеренное высмеивание идей Тунберг через демонстрацию их абсурдности. Так, сопоставление дескрипций транспортных средств, которые использует (или отвергает) героиня, способствует развенчанию значимости персоны на политической арене, четко обозначая стоимость озвучиваемого протеста: *Грета, **блюдя экологию, не полетела** из Стокгольма в Нью-Йорк **самолетом**, а, **«рискуя жизнью»,** совершила **трансатлантический переход на парусной яхте ценой в 4 млн евро**. Бедная девочка не знала, что **яхта сделана из карбона – продукта нефтепереработки*** (Неужели Грета Тунберг может видеть углекислый газ? https://www.ng.ru/vision/2019-10-08/7_7696_clairvoyant.html, дата обращения: 13.02.2021). Саркастическая оценка ситуации формируется как прямо (через использование оценочной лексики), так и косвенно (введением в явно обличающий контекст высказываний, передающих фактологическую семантику).

3.3. Актантность

Микрополе актантности в текстах формируется средствами выражения темпоральности, локативности, акциональности, а также средствами передачи акцентной модальности. Рассмотрим их потенциал в выражении саркастической оценки. Наши наблюдения показывают, что саркастическая оценка в медиатексте транслируется как через называние действий человека, так и через демонстрацию речевых актов персоны, на контрасте обнажающих абсурдность героини и предлагаемого ею способа решения экологической проблемы. Для высвечивания общей необразованности героини и некомпетентности ее суждений, а также чрезмерной эмоциональности, доводимой до степени фанатизма, формируется целый комплекс средств категории актантности, направленный на дискредитацию деятельности Греты Тунберг. Этому способствует, в частности, оценка способа перемещения персоны и демонстрация выпавших на ее долю трудностей, при которой глаголы перемещения в сочетании с глаголами интеллектуальной деятельности формируют абсурдность самого факта возникновения такой дилеммы: *Грета **нынче в Лиссабоне и** ей как-то **нужно оказаться в пятницу в Мадриде**, который **не то, чтоб далеко** – **но** водой не омыт, **поэтому** все шлюпки отменяются, Грета ищет другие способы **добраться**, **и долго думать ей не пришлось** – на помощь подоспели жители **небольшого городка Кастильской части Испании** – они предложили ей самый экологичный способ передвижения – на осле!* (Из Лиссабона в Мадрид – как Грета Тунберг отвергла осла, https://snob.ru/profile/32209/blog/162405, дата обращения: 15.02.2021). Сарказм здесь поддерживается средствами категорий темпоральности (*нынче – в пятницу*) и локативности (*в Лиссабоне – в Мадриде, небольшого городка Кастильской части Испании*), а также союзами, оформляющими логическую взаимосвязь между суждениями.

Поддерживается образ «необразованной выскочки» включением глаголов интеллектуальной деятельности в гипотетический контекст за счет четкого обозначения ирреальной модальности (глаголами в форме сослагательного наклонения): ***Если бы** девочка Тунберг **училась** в хорошей российской школе, она **бы не могла** нести такой бред. Грета **бы** тогда **знала**, что антропогенные выбросы углекислого газа **составляют по разным оценкам 7-16 гигатонн в год**, а Тихий океан **выбрасывает в атмосферу 80 гигатонн**; что каждый год осенью в результате гибели и разложения растений в средней климатической зоне планеты в атмосферу **возвращается***

***примерно 40-60 гигатонн углекислого газа**, а потом этот газ опять связывается растениями (весной-летом). То есть, борясь с выбросами в атмосферу, надо воевать с океаном и лесами, а не с человечеством* (Грета Тунберг, учи географию! https://tsargrad.tv/experts/greta-tunberg-uchi-geografiju_218400, дата обращения: 17.02.2021). Сформированная модальная рамка отражает сожаление автора по поводу неосведомленности героини, выступающей на контрасте к представленной здесь же объективной информации.

В формировании саркастической оценки демонстрация импульсивности и эмоциональной деятельности человека доводится до абсурда. Типичным приемом становится экстраполяция экзальтированного поведения религиозных фанатиков на действия Тунберг. Так, активистка описывается как гиперэмоциональная, фанатичная особа, которая «*обожает протестовать. Устраивать забастовки. Гневно обличать и истерически поучать*», но при этом «*знаниями не обременена. Только пылкими убеждениями*» (Почему я не верю девочке Грете, https://www.kp.ru/daily/27034/4098287/, дата обращения: 12.02.2021). Высвечивает аномальность такого поведения и отсылка к крестовым походам против неверных, которая в современных реалиях приобретает новый смысл: ***Ситуация с Гретой** невольно наводит на мысль, что на Западе возродилось **мрачное Средневековье**. Вспомним, как **в XI–XIII веках** несколько десятков экзальтированных и не вполне психически здоровых взрослых и детей призывали к освобождению гроба господня от неверных* (Неужели Грета Тунберг может видеть углекислый газ? https://www.ng.ru/vision/2019-10-08/7_7696_clairvoyant.html, дата обращения: 13.02.2021). Такой прием сопоставления исторических эпох направлен уже не на дискредитацию собственно персоны, а на дискредитацию протестного движения, частью которого она выступает. Эта тенденция выражается гиперболой «новая религия – борьба с изменением климата» («Зеленая плесень» зовет детей в крестовый поход, https://vz.ru/opinions/2019/1/30/961795.html, дата обращения: 15.02.2021).

Сопоставление религиозного дискурса и деятельности экоактивистки проявляется и в такой важной составляющей авторской насмешки, как демонстрация речевой деятельности: *сугубо религиозная **риторика** экстремистского типа – что-то вроде **речей** Томаса Мюнцера, вождя крестьянских восстаний Германии. Или речей Орлеанской девы*. <…> *«Грета **сказала** то», «Грета **сказала** это» – европейские СМИ просто обезумели, кормя своих читателей **Откровениями** Святой Греты* (Душу ребенка отправили на костер ядерного лоббизма, https://vz.ru/opinions/2019/3/27/970083.html, дата обращения: 15.02.2021).

Демонстрация речевой деятельности персоны подается в виде моделируемого диалога, в котором высказывания Греты Тунберг воспринимаются как комичные за счет переакцентуации, помещения их в иной контекст. Так, изначально прозвучавшая в адрес политиков на открытии саммита ООН фраза «*Вы украли у меня мечты и мое детство*» получает новое, саркастическое, осмысление, когда журналист, перемещая объект критики героини с политиков на химическое вещество, демонстрирует абсурдность высказывания: *А углекислый газ что вам плохого сделал? – Он отнял у меня детство* («Я убедила родителей переехать за город и жить в иглу». Эксклюзивное интервью с экологической активисткой Гретой Тунберг, https://panorama.pub/23745-intervju-s-gretoy-tunberg.html, дата обращения: 17.02.2021).

Саркастически воспринимается в рамках моделируемого диалога и противопоставление эмоциональной речи героини, наполненной лексикой агрессивной, оскорбительной семантики (*Надеюсь, всех инициаторов и исполнителей этого преступления ожидают камеры **с парниковыми газами**. **Гореть вам всем в парниковом аду, ублюдки**! … Вы все **настоящие идиоты**, парниковые газы уничтожат и вас тоже*), – подчеркнуто официальному заявлению противоположной стороны (***По заявлениям руководства** ресурса, ночные проблемы **носили технический характер**. Никаких следов хакерских атак **обнаружено не было**)* («Гореть вам в парниковом аду»: Грета Тунберг отреагировала на удаление своей страницы из «Википедии», https://panorama.pub/26670-goret-v-parnikovom-adu.html, дата обращения: 17.02.2021). Таким образом становится очевидным стремление автора продемонстрировать аномальность подобных действий.

4. Заключение

Анализ материала демонстрирует значительный потенциал комического в репрезентации личности и ее общественной значимости. Исследуя модель дискредитирующего представления

человека в массмедиа, мы выявили активное привлечение языковых средств, выражающих саркастическую оценку, для демонстрации оппозитивности авторской точки зрения по отношению к транслируемой смысловой позиции «Другого». Представляя человека во всей совокупности его недостатков, автор как бы полемизирует с обществом в целом, отдельными социальными группами, а также идеями, которые они транслируют, в связи с чем саркастическая оценка становится инструментом дискредитации как человека, так и транслируемого им подхода к решению актуальных проблем общества.

Модель дискредитирующего представления человека характеризуется гиперболизированной негативной оценкой, которая связана с событиями актуальной повестки дня и вовлеченными в нее лицами. Этим объясняется особый интерес к фактическим данным (биографии и внешним характеристикам), формирующим портрет персоны. Важное место занимает оценка человека и его деятельности, которая служит для передачи негативного отношения, акцентируя внимание адресата на отрицательных качествах человека.

Лингвистическим инструментарием формирования саркастической оценки становится целый комплекс языковых средств, направленных на демонстрацию аномальности персоны через отбор номинаций, дескрипций и обозначаемых действий. Важнейшими приемами становятся абсурдизация, гиперболизация, алогизм и примитивизация, которые выстраиваются на антитезе высокого и низменного, светского и религиозного, здорового и больного и др., демонстрируют несоответствие портретных характеристик событиям и ситуациям актуальной повестки дня, выделяя «чуждость» человека окружающему миру.

Список литературы

1. Апресян, Ю. Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания / Ю. Д. Апресян. – Текст : непосредственный // Вопросы языкознания. – 1995. – № 1. – С. 37–67.

2. Белинский, В. Г. Полное собрание сочинений. Том десятый / В. Г. Белинский. – Москва: Издательство Академии наук СССР, 1956. – 476 с. – Текст : непосредственный.

3. Борев, Ю. Б. Комическое, или О том, как смех казнит несовершенство мира, очищает и обновляет человека и утверждает радость бытия / Ю. Б. Борев. – Москва: Искусство, 1970. – 270 с. – Текст : непосредственный.

4. Быкова, Е. В. Грета Тунберг как медиатизированный феномен / Е. В. Быкова. – Текст : непосредственный // Медиалингвистика. Вып. 7. Язык в координатах массмедиа, этики и права: матер. IV Междунар. научн. конференции (Санкт-Петербург, 9–12 ноября 2020 г.) / науч. ред. Л. Р. Дускаева, отв. ред. В. В. Васильева. – 2020. – С. 27–31.

5. Вавилова, Т. В. О понятии сарказма / Т. В. Вавилова. – Текст : непосредственный // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2010. – № 596 (17). – С. 147–155.

6. Ломоносов, М. В. Полное собрание сочинений. Том седьмой. Труды по филологии (1739–1758) / М. В. Ломоносов. – Москва: Издательство Академии наук СССР, 1952. – 970 с. – Текст : непосредственный.

7. Манн, Ю. В. Сарказм / Ю. В. Манн. – Текст : непосредственный // Краткая литературная энциклопедия; под ред. А. Суркова. – Москва: Советская энциклопедия. С. 659–660.

8. Мишланов, В. А. Коммуникативные стратегии и тактики в современном политическом дискурсе (на материале политической рекламы предвыборных кампаний 2003. 2007. 2008 гг.) / В. А. Мишланов, Н. С. Нецветаева. – Текст : непосредственный // Вестник Пермского университета. – № 6. – С. 5–13.

9. Мухина, Ю. Н. Средства репрезентации иронии в художественном тексте: диссертация кандидата филологических наук: 10.02.19 «Теория языка» / Юлия Николаевна Мухина: Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского. – Саратов, 2006. – 175 с. – Текст : непосредственный.

10. Орлова, Г. В. Средства формирования иронической модальности в современном публицистическом дискурсе: диссертация кандидата филологических наук: 10.02.01 «Русский язык» / Галина Викторовна Орлова: Санкт-Петербургский государственный университет. – Санкт-Петербург, 2005. – 176 с. – Текст : непосредственный.

11. Семедов, С. А. Феномен Греты Тунберг или технологии медиатизации протеста. – Текст : непосредственный / С. А. Семедов, В. А. Сухарева // Концепт: философия, религия, культура. – 2020. – Т. 4. – № 1. – С. 121–138.

12. Скоробач, Н. Ю. Иронический и саркастический подтекст как средство формирования модальности сомнения в англоязычном публицистическом дискурсе / Н. Ю. Скоробач. – Текст : непосредственный // Волжский педагогический вестник. – 2018. – Т. 6. – № 2. – С. 81–91.

13. Тепляшина, А. Н. Эстетические категории иронии и сарказма в системе авторских стратегий медиатекста / А. Н. Тепляшина. – Текст : непосредственный // Век информации. – 2016. – № 3. – С. 20–29.

14. Шилихина, К. М. Интертекст как средство создания иронии / К. М. Шилихина. – Текст : непосредственный // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2008. – № 3. – С. 152–157.

15. Aristotle. De Rhetorica ad Alexandrum; translated by Forster, E. – Oxford, 1924. – Текст : электронный. – URL: https://archive.org/details/worksofaristotle11arisuoft/page/n263/mode/2up (дата обращения: 10.02.2021).

16. Colston, H. Irony and Sarcasm / H. Colston // The Routledge Handbook of Language and Humor; ed. S. Attardo. – New York: Routledge, 2017. – Pp. 234–249. – Текст : непосредственный.

17. Duskaeva, L. The Dynamic and Static Speech Organization of Texts in Business Media / L. Duskaeva. – Текст : непосредственный // Studies About Languages. – 2018. – № 32. – Pp. 65–76.

18. Duskaeva, L. R., Konyaeva, Yu. M. Types of information portraits in a journalistic discourse / L. R. Duskaeva, Yu. M. Konyaeva. – Текст : непосредственный // Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities. – 2017. – № 4. – Pp. 131–143.

19. Haiman, J. Talk Is Cheap: Sarcasm, Alienation, and the Evolution of Language / J. Haiman. – New York: Oxford University Press, 1998. – 220 p. – Текст : непосредственный.

20. McArthur, T. Sarcasm / T. McArthur // The Oxford Companion to the English Language. – New York: Oxford University Press, 1992. – Текст : электронный. – URL: https://vdocuments.mx/mc-arthur-tom-the-oxford-companion-to-the-english-language-1992.html (дата обращения: 10.02.2021).

21. Pishwa, H. Language and Social Cognition: Expression of the Social Mind / H. Pishwa. – Berlin: Walter de Gruyter, 2009. – 476 p. – Текст : непосредственный.

SARCASTIC EVALUATION IN MASS MEDIA AS A TOOL FOR DISCREDITING A PERSON: SPEECH REPRESENTATION

Konyaeva Yu. M., Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia
j.konyaeva@spbu.ru

Samsonova A. A., Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia
st043264@student.spbu.ru

The article is devoted to the analysis of a sarcastic evaluation of a person, which leads to their discrediting in media texts. Sarcastic evaluation is considered in terms of linguistic praxeology: the language and compositional means of nomination, description, and actions are analyzed. In a media text, these means interacting with the means of expressing the category of deviance and forming semantic nodes. The category of deviance can manifest itself, on the one hand, in exuberance or the absurd, and on the other hand, in simplification or insufficiency of the sign revelation. Specific sarcastic speech techniques are based on the discrepancy of referent and illocutionary meanings in the person's speech portrait. The study of Russian media discourse about Swedish eco-activist Greta Thunberg revealed the active use of linguistic means expressing sarcastic evaluation to demonstrate the opposing viewpoint in relation to the transmitted semantic position of "Other". When the media represents Greta in the totality of her disadvantages, it enters into a polemic against those who support the ideas of this person. Linguistic means of sarcastic evaluation are widely represented in discrediting media texts. The most important of them are means such as absurdity, hyperbole, alogism, simplification, etc.

Key words: sarcasm, humour, linguistic praxeology, discrediting, speech representation.

References

1. Apresyan, J. D. (1995). Obraz cheloveka po dannym yazyka: Popytka sistemnogo opisaniya [Image of a person according to the language: An attempt to describe the system]. *Voprosy yazykoznaniya* [Linguistics Issues] 1, pp. 37-67. (in Russ.).

2. Belinskiy, V. G. (1956). *Polnoye sobraniye sochineniy. Tom desyatiy* [Full composition of writings. Volume Ten]. Moscow: Izdatelstvo Akademii nauk SSSR, 476 p. (In Russ.)

3. Borev, Yu. B. (1970). *Komicheskoye, ili O tom. kak smekh kaznit nesovershenstvo mira. ochishchayet i obnovlyayet cheloveka i utverzhdayet radost bytiya* [The comic, or About how laughter punishes the imperfection of the world, cleanses and renews person and affirms the joy of being]. Moscow: Iskusstvo, 270 p. (in Russ.).

4. Bykova, E. V. (2020). Greta Tunberg kak mediatizirovannyj fenomen [Greta Thunberg as a precedent media phenomenon]. *Medialingvistika. Materialy IV mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii* [Media Linguistics. Materials of the IV international scientific conference], pp. 27–31. (in Russ.).

5. Vavilova, T. V. (2010). O ponyatii sarkazma [About the concept of sarcasm]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta* [Bulletin of Moscow State Linguistic University] 596 (17), pp. 147–155. (in Russ.).

6. Lomonosov, M. V. (1952). *Polnoye sobraniye sochineniy. Tom sedmoy. Trudy po filologii (1739–1758)* [Full composition of writings. Volume Seven. Proceedings in Philology (1739–1758)]. Moscow: Izdatelstvo Akademii nauk SSSR, 970 p. (in Russ.).

7. Mann, Yu. V. (1971). Sarcasm, in Surkov, A. (ed.), *Kratkaya literaturnaya entsiklopediya* [Brief Encyclopedia of Literature]. Moscow: Sovetskaya entsiklopediya, pp. 659–660. (in Russ.).

8. Mishlanov, V. A. & Netsvetaeva, N. S. (2009). Kommunikativnye strategii i taktiki v sovremennom politicheskom diskurse (na materiale politicheskoy reklamy predvybornykh kampaniy 2003. 2007. 2008 gg.) [Communicative strategies and tactics in modern political discourse (basing on the political advertisments of the election campaigns of 2003, 2007, 2008)'. *Vestnik Permskogo universiteta* [Perm University Bulletin]. 6, pp. 5-13. (in Russ.).

9. Mukhina, Yu. N. (2006). *Sredstva reprezentatsii ironii v khudozhestvennom tekste* [Means of Representing Irony in a Literary Text]. PhD thesis, Saratov, 175 p. (in Russ.).

10. Orlova, G. V. (2005). *Sredstva formirovaniya ironicheskoj modal'nosti v sovremennom publicisticheskom diskurse* [Means of forming an ironic modality in modern publicistic discourse]. PhD thesis, Saint Petersburg, 176 p. (in Russ.).

11. Semedov, S. A. & Sukhareva, V. A. (2020). Fenomen Grety Tunberg ili tekhnologii mediatizacii protesta [The Greta Thunberg's Phenomenon and Technology of Mediatization of Ecological Protests]. *Koncept: filosofiya, religiya, kul'tura* [Concept: Philosophy, Religion, Culture] 1 (13), pp. 121–138. (in Russ.).

12. Skorobach, N. Yu. (2018). Ironicheskiy i sarkasticheskiy podtekst kak sredstvo formirovaniya modalnosti somneniya v angloyazychnom publitsisticheskom diskurse [Ironic and sarcastic subtext as a means of forming doubt modality in an English language public discourse]. *Volzhskij pedagogicheskij vestnik* [Volga pedagogical bulletin] 2, pp. 81-91. (in Russ.).

13. Teplyashina, A. N. (2016). Esteticheskie kategorii ironii I sarkazma v sisteme avtorskih strategiy mediakritika [Aesthetic categories of irony and sarcasm in the author's system of strategies in media criticism]. *Vek informacii* [Information Age], 3. Saint Petersburg: School of journalism and mass communications of Saint Petersburg State University, pp. 20–29. (in Russ.).

14. Shilikhina, K. M. (2008). Intertekst kak sredstvo sozdaniya ironii [Intertext as a means of creating irony]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikaciya.* [Bulletin of Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication] 3, pp. 152–157. (in Russ.).

15. Aristotle (1924). *De Rhetorica ad Alexandrum.* Translated by Forster, E. Oxford, available at: https://archive.org/details/worksofaristotle11arisuoft/page/n263/mode/2up (accessed 10.02.2021).

16. Colston, H. (2017). Irony and Sarcasm, in Attardo, S. (ed.), *The Routledge Handbook of Language and Humor,* New York: Routledge, pp. 234-249.

17. Duskaeva, L. (2018). The Dynamic and Static Speech Organization of Texts in Business Media. *Studies About Languages*, 32, pp. 65-76.

18. Duskaeva, L. R. & Konyaeva, Yu. M. (2017). 'Types of information portraits in a journalistic discourse', *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, 4, pp. 131-143.

19. Haiman, J. (1998). *Talk Is Cheap: Sarcasm, Alienation, and the Evolution of Language.* New York: Oxford University Press, 220 p.

20. McArthur, T. (1992). Sarcasm, in McArthur, T. (ed.), *The Oxford Companion to the English Language*, available at: https://vdocuments.mx/mc-arthur-tom-the-oxford-companion-to-the-english-language-1992.html (accessed 10.02.2021).

21. Pishwa, H. (2009). *Language and Social Cognition: Expression of the Social Mind.* Berlin: Walter de Gruyter, 476 p.

Коняева Юлия Михайловна, кандидат филологических наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный университет, Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», кафедра медиалингвистики.

ORCID: 0000-0002-7304-4018

j.konyaeva@spbu.ru

Самсонова Анастасия Александровна, кандидат филологических наук, старший преподаватель, Санкт-Петербургский государственный университет, Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», кафедра медиалингвистики.

ORCID: 0000-0002-3764-3945

st043264@student.spbu.ru

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Коняева Ю. М., Самсонова А. А. Саркастическая оценка в массмедиа как инструмент дискредитации личности: речевая репрезентация // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 4 (42). С. 122–132. DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10414.

Konyaeva Yu. M., Samsonova A. A. Sarcastic evaluation in mass media as a tool for discrediting a person: speech representation // Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2021. No 4 (42), pp. 122–132. DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10414.