

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ფაკულტეტი

სადოქტორო პროგრამა: ფილოლოგია

მარი ნიქაბაძე

ირონიის სოციო-პრაგმატიკული ფუნქცია სოციალურ მედიაში

(ინგლისურ და ქართულ მასალაზე დაყრდნობით)

ფილოლოგიის დოქტორის (PhD) აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

წარმოდგენილი

დისერტაცია

სამეცნიერო ხელმძღვანელი

**მანანა რუსიეშვილი**

ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი,

პროფესორი

თბილისი

2025

## აბსტრაქტი

ირონია კომპლექსურ ლინგვისტურ და სოციალურ ფენომენს წარმოადგენს. იგი არის ეფექტური ენობრივი ხერხი, რომელიც შთამბეჭდავ ემოციურ ზეგავლენას ახდენს მსმენელზე. ირონიის საშუალებით მოსაუბრე არა მხოლოდ შეფარულად აფიქსირებს საკუთარ პოზიციას, არამედ გადმოსცემს კრიტიკულ შეფასებასა და განწყობას. ირონიის, როგორც ხერხის წარმატება დიდად არის დამოკიდებული იმ სიტუაციურ კონტექსტზე, რომელშიც ის წარმოიქმნა; მსმენელის ინტელექტუალურ შესაძლებლობებზე, მოახდინოს ირონიის სწორი დეკოდირება; აუდიო-ვიზუალურ პარალინგვისტურ გამოხატულებებსა და სოციო-კულტურულ კონტექსტზე.

წინამდებარე ნაშრომი წარმოადგენს სოციალურ ქსელში ირონიული დისკურსის ხარისხობრივ და რაოდენობრივ კვლევას შედარებითი ანალიზის მოშველიებით სოციო-პრაგმატიკისა და სემანტიკის თეორიულ ჩარჩოში დაკვირვების საფუძველზე.

ნაშრომის ემპირიულ მასალას წარმოადგენს ფეისბუქსა და ინსტაგრამის სოციალური ქსელებიდან შეგროვებულ ჯამში 36, ხოლო უფრო კონკრეტულად 16 ვერბალურ (16 ინგლისური და ქართული ფეისბუქ-სტატუსი), 14 ფოტოგრაფიულ (მხოლოდ ინგლისური მაგალითები, აღებულ მედია პერსონის ინსტაგრამის ბლოგიდან) და 6 ვიდეოგრაფიულ (3 ინგლისური და 3 ქართული ინსტაგრამის რილი, რომელიც აღებულია ამერიკული და ქართული სიტკომებიდან-„ Friends” და „შუა ქალაქში“ ) მაგალითს, მათზე თანდართული 52 კომენტარით.

სადისერტაციო ნაშრომის აქტუალობა განისაზღვრა იმ ფაქტით, რომ ნაშრომი წარმოადგენს სოციალური ქსელების ვერბალური, პიქტორიალური და ვიდეოგრაფიული ირონიის კომპლექსურ კვლევას. იგი არკვევს ირონიის სოციალურ ფუნქციებს; აანალიზებს დეკოდირების პროცესში ზიარი ფონური ცოდნის როლს; ციფრული პარალინგვისტიკის მნიშვნელობას; საზღვრავს ირონიის აუდიო-მიმიკურ კოდს და ასევე იკვლევს ირონიის გავლენას მომხმარებელთა კომუნიკაციაზე.

ნაშრომის ძირითადი მიზანია, გამოავლინოს, ირონიის რომელი ნაირსახეობა გვხვდება ინსტაგრამისა და ფეისბუქის კონტექსტში, შეისწავლოს მისი პრაგმატიკული ასპექტები და ვირტუალურ კომუნიკაციაში წარმატების განმსაზღვრელი ფაქტორები, განსაზღვროს აუდიო-ვიზუალური პარალინგვისტიკის როლი და მისი განსხვავებული გამოვლინებები ქართულ და ინგლისურენოვან მაგალითებში, გააანალიზოს ირონიის სოციალური ფუნქციები, ციფრული პარალინგვისტიკის მნიშვნელობა და სოციალური ქსელების მომხმარებელთა მოტივაცია გამოიყენონ ირონია ვირტუალური კომუნიკაციის დროს.

ნაშრომის თეორიული ღირებულება მდგომარეობს ირონიის კონცეფციისა და მისი ინტერპრეტაციის კომპლექსურ ანალიზში, რაც, სოციო-პრაგმატიკული ასპექტების კვლევის ფარგლებში, მისი დეკოდირების პროცესის სიღრმისეულ აღქმას უზრუნველყოფს. კვლევა ეყრდნობა თანამედროვე საენათმეცნიერო თეორიებს, რითაც ირონიის შესწავლის უწყობს ხელს.

სადისერტაციო ნაშრომის პრაქტიკული ღირებულება გამოიხატება მისი გამოყენების შესაძლებლობით სტილისტიკის, ტექსტის ანალიზისა და თარგმანის თეორიების მიმართულებით.

## Abstract

Irony is a complex linguistic and social phenomenon. It is an effective rhetorical device that exerts a profound emotional impact on its audience. Through irony, a speaker subtly expresses their position and conveys critical evaluations and attitudes. The success of irony largely depends on the situational context in which it arises, the listener's intellectual capacity to decode it accurately, audio-visual paralinguistic expressions, and the socio-cultural context.

This study presents a novel qualitative and quantitative analysis of ironic discourse in social media, employing comparative analysis within the theoretical framework of socio-pragmatic studies of irony and semantics.

The study's empirical material consists of 36 examples, manifested through 16 verbal (16 English and Georgian Facebook statuses), 14 photographic (only English-language cases collected from a media persona's Instagram blog), and 6 video-based examples (3 English and 3 Georgian Instagram reels, extracted from American and Georgian sitcoms—*"Friends"* and *"In The Middle of the City"*), along with 52 comments.

The relevance of this dissertation is determined by its contribution as a comprehensive study of verbal, pictorial, and video graphics irony on social networks. It thoroughly examines the social functions of irony, the role of shared background knowledge in the decoding process, the significance of digital, audio, and visual paralinguistics, and its impact on users' communication.

The primary objective of this study is to identify the types of irony present in Instagram and Facebook discourse, analyze its pragmatic aspects and factors that contribute to its success in virtual communication, determine the role of audio-visual paralinguistics and its variations in Georgian and English-language examples, and explore the social functions of irony, the importance of digital paralinguistics, and users' motivations for employing irony in online communication.

The theoretical significance of the dissertation lies in its comprehensive analysis of irony's conceptual framework and interpretation. This ensures a deeper understanding of its decoding process within the socio-pragmatic domain. The study is grounded in modern linguistic theories, contributing to the advancement of irony research.

The practical significance of the thesis is reflected in its potential application in stylistics, text analysis, and translation theories, making it a valuable resource for comparative linguistic studies.

# შინაარსი

აბსტრაქტი.....	I
Abstract.....	III
შესავალი.....	1
<b>1. თავი I. ნაშრომის თეორიული ჩარჩო .....</b>	<b>6</b>
1.1. ირონიის რაობა და მისი პრაგმატიკული ფუნქცია.....	6
1.2. კოოპერაციისა და იმპლიკაციის საკითხი გრასის მიხედვით.....	8
1.3. ირონიის ტრადიციული განმარტება და მისი ნაკლი.....	10
1.4. ირონია როგორც ექო.....	13
1.5. ხსენება-გამოყენების თეორია .....	14
1.6. ირონია როგორც ალუზიური თვალთმაქცობა .....	15
1.8. ირონიის ასიმეტრიის საკითხის გაბათილება და „შემაერთებელი კონტენტის“ კონცეფცია.....	22
1.9. ირონიის სოციალური ფუნქცია და „ირონია, როგორც ემპათიური მოწოდება დადებითი ცვლილებისკენ“ .....	26
1.11. სარკაზმის ტრადიციული განმარტების შესახებ.....	31
1.12. სარკაზმის არათავაზიანობის თეორია .....	32
1.13. სარკაზმის (სარკატული ირონიის) სოციალურ-პრაგმატიკული ფუნქცია .....	36
1.14. ირონიისა და სარკაზმის (სარკასტული ირონიის) დეკოდირების დრო .....	39
1.15. ირონია და იუმორი.....	41
1.16. ირონიის ნაირსახეობათა მიმოხილვა .....	42
1.17. ირონიისა და სარკაზმის თანმხლები აუდირებადი პარალინგვისტიკა .....	46
1.18. ირონიისა და სარკასტული ირონიის სუპრასემანტიკული მახასიათებელი.....	48
1.19. ირონიისა და სარკაზმის ვიზუალური პარალინგვისტიკა.....	51
1.20. მიმიკური გამომეტყველება, რომელიც ახლავს ირონიასა და სარკასტულ .....	52
1.21. ირონიისა და სარკასტული ირონიის მიმიკური კოდი.....	56
1.22. ირონიისა და სარკაზმის უნებლიე/არჩევითი წარმოსახვითი პარალინგვისტიკა როგორც სამომავლო კვლევის საკითხი .....	57
1.23. ემოჯები და ემოტიკონები როგორც ციფრული პარალინგვისტიკა .....	60
1.24. ემოტიკონებისა და ემოჯების როლი ირონიისა და სარკაზმის დეკოდირების დროს ...	61
<b>2. თავი II. სოციალური ქსელები და კომპიუტერული დისკურსი .....</b>	<b>64</b>

2.1.	სოციალური ქსელები.....	64
2.2.	სოციალური ქსელის ზეგავლენა.....	65
2.3.	სოციალური ქსელების მნიშვნელობა და დანიშნულება.....	66
2.4.	რა ქმნის სოციალური ქსელების გამოყენების მოტივაციას?.....	66
2.5.	კომპიუტერული დისკურსი (Computer Mediated Discourse) .....	68
2.6.	მედია პერსონასა და აუდიტორიას შორის ურთიერთდამოკიდებულება .....	71
<b>3.</b>	<b>თავი III. ნაშრომის მეთოდოლოგია.....</b>	<b>73</b>
3.1.	მონაცემთა ანალიზი და პროცედურები .....	73
3.2.	ემპირიული მასალის ანალიზი .....	78
3.3.	„პანდემიის ირონია“ ფეისბუქ სტატუსებში და მისი განხილვა.....	82
3.4.	ვერბალური ფეისბუქ-სტატუსების კვლევის შედეგები .....	104
3.5.	ირონია მედია პერსონის ინსტაგრამ გვერდზე.....	108
3.6.	ინსტაგრამის ფოტო-ვერბალური მასალის კვლევის შედეგები .....	133
3.7.	ირონია საჯარო ინსტაგრამ გვერდის რილებში .....	135
3.8.	ინსტაგრამ-რილის კვლევის შედეგები .....	154
3.9.	სამივე სახის კვლევითი კომპონენტის შედეგების შეჯამება და დასკვნა.....	155
3.9.1.	ირონიის ნაირსახეობათა რაოდენობრივი გამოვლინება.....	155
3.9.2.	დასკვნები ზიარი ფონური ცოდნის მნიშვნელობის საკითხზე ირონიის დეკოდირების პროცესში. ....	158
3.9.3.	დასკვნები ირონიისა და სარკასტული ირონიის დამახასიათებელი აუდიო-მიმიკური კოდის თაობაზე.....	159
3.9.4.	შედეგების განხილვა. განსხვავდება თუ არა ირონიისა და სარკაზმის პარალინგვისტიკის გამოყენება ქართულ და ინგლისურ მაგალითებში.....	159
3.9.5.	შედეგების დისკუსია ემპირიულ მასალაში ციფრული პარალინგვისტიკის გამოყენების საკითხზე. ....	160
3.9.6.	შედეგების დისკუსია სოციალური ქსელების გამოყენების მოტივაციასა და ირონიის როლზე.....	161
	<b>დასკვნა .....</b>	<b>163</b>
	<b>გამოყენებული ლიტერატურა .....</b>	<b>166</b>
	<b>ინტერნეტ მასალები:.....</b>	<b>179</b>

## შესავალი

სადისერტაციო ნაშრომი შეისწავლის ირონიის სოციო-პრაგმატიკულ ფუნქციას სოციალურ მედიაში, ინგლისურ და ქართულ მასალებზე დაყრდნობით. ემპირიული მასალა წარმოადგენს ინსტაგრამისა და ფეისბუქის გვერდებზე გამოქვეყნებულ ვერბალურ, პიქტორიალურ და ვიდეოგრაფიულ მაგალითებს.

**წინამდებარე ნაშრომის აქტუალობა განისაზღვრება** იმ ფაქტით, რომ ის წარმოადგენს სოციალური ქსელის ვერბალური, პიქტორიალური და ვიდეოგრაფიული კონტენტით გადმოცემული ირონიის კომპლექსურ კვლევას და გვთავაზობს სოციალურ ქსელში მისი წარმატებული დეკოდირებისთვის საჭირო ყველა შესაძლო ასპექტის ანალიზს. კერძოდ, ნაშრომი იკვლევს ირონიის პრაგმატიკულ გამოვლინებებს, მის სოციალურ ფუნქციებს ინსტაგრამსა და ფეისბუქზე; რამდენად მნიშვნელოვანია ზიარი ფონური ცოდნისა და შემავსებელი შინაარსის არსებობა ვირტუალური კომუნიკაციისას ირონიის დეკოდირების პროცესში; ამავედროულად განვიხილავთ ციფრული პარალინგვისტიკის როლს ირონიასთან მიმართებაში და გამოვავლენთ ირონიისა და სარკასტული ირონიის აუდიო-მიმიკურ კოდს; კვლევა ასევე განიხილავს ჰიპოთეზას წარმოსახვითი პარალინგვისტური ფაქტორების არსებობის შესახებ და სახავს მისი სამომავლო კვლევის მნიშვნელობას. რადგან სოციალური ქსელი ორმხრივი კომუნიკაციის საშუალებას იძლევა, ნაშრომი ერთის მხრივ იკვლევს, თუ როგორია სოციალური მომხმარებლის ქცევა ვირტუალურ სივრცეში და რა მიზნით იყენებს მისი მომხმარებელი ირონიას, ხოლო მეორე მხრივ ანალიზებს, თუ როგორ ზეგავლენას ახდენს სოციალური ქსელის რეზინდენტებზე ირონიული კონტექსტით კომუნიკაცია.

### **ნაშრომის ძირითადი მიზანია :**

1. გამოავლინოს ირონიის რომელი ნაირსახეობა გვხვდება სოციალური ქსელის სივრცეში ინსტაგრამისა და ფეისბუქის კონტენტის კვლევის საფუძველზე.
2. გამოავლინოს ირონიისა და სარკასტული ირონიის პრაგმატიკული ასპექტები სოციალურ ქსელში.

3. დაადგინოს, თუ რა ფაქტორები ახდენენ ზეგავლენას ირონიის წარმატებაზე ვირტუალური კომუნიკაციის ფარგლებში.

4. გამოავლინოს, რა ფორმით ვლინდება და რა როლს ასრულებს აუდიო-ვიზუალური პარალინგვისტიკა; განსხვავდება თუ არა ის გამოვლინების ფორმით ქართულ და ინგლისურ მაგალითებში.

5. გამოიკვლიოს, თუ რა სოციალურ ფუნქციას ასრულებს ირონია ინსტაგრამსა და ფეისბუკზე.

6. შეისწავლის ემოჯებისა და ემოტიკონების როლს ციფრულ დისკურსში ირონიის გამოვლენის დროს.

7. გამოიკვლიოს, თუ რა ამოტივირებთ ადამიანებს გამოიყენონ სოციალური ქსელები და რა როლს თამაშობს ამ პროცესში ირონია.

**სადისერტაციო ნაშრომის თეორიულ საფუძველს შეადგენს შემდეგი თეორიული მასალა და კვლევის მეთოდები:** 1. სოციო-პრაგმატიკის დარგი: ირონიის ხსენება-გამოყენების თეორია (Sperber & Wilson, 1981); ირონია, როგორც ალუზიური თვალთმაქცობა (Kumon-Nakamura et.al, 1995); სარკასტული ირონია, როგორც სახის რღვევის აქტი (Brown & Levinson, 1987); გრაისის მაქსიმები და კოოპერაციისა და იმპლიკაციის საკითხი (Grice, 1975); არათავაზიანობის თეორია (Culpaper, 2008); ირონიის სოციალური ფუნქცია (Dews et al., 2009); ირონიის სიტუაციური ხასიათი (Kotthoff, 2003); ზიარი ფონური ცოდნა და შემაერთებელი კონტენტი (Katz, 2005; Garmendia, 2018); ირონიისა და სარკასტული ირონიის თანმხლები აუდიო-ვიზუალური პარალინგვისტიკა (Fónagy, 1971; Cutler, 1974; Anolli et al., 2000; Fónagy, 1971; Haverkate, 1990; Ekman & Friesen, 1986); ირონია და ციფრული პარალინგვისტიკა (Bettelli & Panzeri, 2023);

2. დისკურსის ანალიზი: კომპიუტერული დისკურსი (Rusieshvili- Cartledge & Dolidze, 2021, Hancock, 2004); სოციალური ქსელების გამოყენების მოტივაცია და ირონიის როლი (Hofmann, 2011; Brandtzaeg, 2009).

**ნაშრომის საკვლევ მასალად გამოყენებულია** სოციალურ ქსელებში გამოქვეყნებული სამი კატეგორიის ან ფორმატის მასალა. ესენია: ფეისბუკის გვერდზე

გამოქვეყნებული ვერბალური სტატუსები, მედია-პერსონის ინსტაგრამ გვერდზე არსებული ხელოვნების ნიმუშების ფოტო-მასალა და მოკლემეტრაჟიანი ვიდეორგოლები ინსტაგრამზე, ანუ რილები. რილი არის ტექნიკური ტერმინი ისეთი მოკლე ვიდეოებისთვის, რომელიც 2020 წლიდან დაემატა ინსტაგრამის ვირტუალურ ფუნქციებს და თავისი ფორმატით განსხვავდება სტანდარტული ტიპის მოკლე ვიდეოებისგან (მოკლე ვიდეოები ჰორიზონტალური ფორმატის არის და მას ხედავს მხოლოდ გვერდის მიმდევარი აუდიტორია, ან მომხმარებელი რომელიც გახსნის ამ გვერდს; ხოლო რილები ვერტიკალური ფორმატისაა და ჩანს ინსტაგრამის რილების საერთო ველში. მას ხედავს გვერდის არამიმდევარი აუდიტორიაც). სწორედ ამიტომ, წინადმებარე ნაშრომში კვლევისთვის შერჩეულ ვიდეო-მაგალითებს „რილის“ სახელწოდებით მოვიხსენიებთ.<sup>1</sup>

რილები აღებულია ინგლისური (“Friends”) და ქართული (“შუა ქალაქში”) სიტკომებიდან (ჯამში 6 მაგალითი). ორმხრივი კომუნიკაციის ასპექტის საკვლევად ნაშრომში ასევე გაანალიზებულია სტატუსებზე, სურათებსა და რილებზე სოციალური ქსელის მომხმარებლების მიერ დატოვებული კომენტარები (ჯამში 52 მაგალითი).

### **სადისერტაციო ნაშრომის კვლევა მოიცავს შემდეგ კვლევის მეთოდებს:**

**1. შედარებითი მეთოდი-** კვლევის საგანს წარმოადგენს ემპირიული მასალის ინგლისური და ქართული მაგალითების შედარება, რომელიც წარმოდგენილია ფეისბუქ სტატუსების, ინსტაგრამის ფოტოების, რილებისა და მათზე დატოვებული კომენტარების სახით.

**2. რაოდენობრივი მეთოდი-** ნაშრომი იკვლევს ირონიის სხვადასხვა ფორმების გამოვლინების რაოდენობრივ მაჩვენებელს.

**3. თვისობრივი მეთოდი-** ა) კონტექსტუალური ანალიზი, რომელიც იკვლევს ირონიის გამოყენების კონტექსტს-ვინ იყენებს, ვის მიმართ, რა მიზნებით. ბ) სემანტიკური ანალიზი იკვლევს, თუ როგორ იქმნება ირონიული მნიშვნელობა

---

<sup>1</sup> <https://sproutsocial.com/glossary/instagram-reels/>

სიტყვების არჩევანის, ტონის, გამომეტყველებისა და სხვა სტილისტური ელემენტების მეშვეობით. გ)იკვლევს როგორია ირონიული მთქმელის განზრახვა.

**4. რეცეპციული მეთოდი-** სადისერტაციო ნაშრომის ერთ-ერთ მიზანს წარმოადგენს დაადგინოს სოციალურ ქსელში გამოქვეყნებული კონკრეტული ირონიული მაგალითების მომხმარებელთა მიერ აღქმისა და ინტერპრეტაციის სპეციფიკა; ასევე გამოავლინოს ფაქტორები, რომლებიც რეცეპციულ პროცესებზე ახდენენ ზეგავლენას.

**ნაშრომის სიახლე მდგომარეობს შემდეგში:** იგი წარმოადგენს ირონიის სოციო-პრაგმატიკული კვლევის პირველ კომპლექსურ მონოგრაფიულ მცდელობას ყველაზე პოპულარული სოციალური ქსელების, ინსტაგრამისა და ფეისბუკის ქართულენოვან სივრცეში. იგი განიხილავს ირონიის ლინგვო-კულტურულ ასპექტებს ინგლისური და ქართული მაგალითების შედარებითი ანალიზის საფუძველზე და იკვლევს, თუ როგორ ვლინდება და რა გავლენას ახდენს ირონია ოცდამეერთე საუკუნის ამ მეტად პოპულარული ტიპის ვირტუალური კომუნიკაციის პროცესზე.

ასევე, ნაშრომის სიახლეს წარმოადგენს ის, რომ ირონია ფეისბუკის სტატუსებში, ინსტაგრამის ფოტოებში, რილებსა და მათზე დატოვებულ კომენტარებში ჯერ არ გამხდარა კვლევის საგანი; ისევე როგორც არ არსებობს კვლევა, რომელიც შეისწავლის ამ ტიპის ორმხრივ კომუნიკაციას ფეისბუკსა და ინსტაგრამზე.

ინსტაგრამზე ირონიის შემცველი ფოტო-ვერბალური მასალების ძიების დროს მოვიპოვეთ ისეთი ინგლისურენოვანი პროფილი, რომლის შესწავლის დროსაც გამოვლინდა ირონიის სრულიად ახალი სოციალური ფუნქცია, რომელსაც ვუწოდეთ- „ემპათიური მოწოდება დადებითი ცვლილებებისკენ“.

ნაშრომში ასევე შემოვიტანეთ ახალი ტერმინი- „ციფრული პარალინგვისტიკა“, ირონიის გამომხატველი ემოჯებისა და ემოტიკონების ერთი ლინგვისტური დეფინიციის ქვეშ მოსაქცევად.

ირონიის პრაგმატიკული თეორიების შედარებისა და გაერთიანების საფუძველზე გამოვიყვანეთ მისი ერთიანი აუდიო-მიმიკური კოდი, რომელიც იდენტურად ვლინდება როგორც ინგლისურ, ისე ქართულ მაგალითებში.

ირონიის უნებლიე/არჩევითი წარმოსახვითი აუდიო პარალინგვისტიკის თეორიებზე დაყრდნობით, წამოვჭერთ ჰიპოთეზა უნებლიე წარმოსახვითი ვიზუალური პარალინგვისტური ნიშნების არსებობის შესახებ, რომლის კვლევაც დავსახეთ სამომავლო გეგმად.

**ნაშრომის თეორიული და პრაქტიკული ღირებულება** მდგომარეობს იმაში, რომ მას გააჩნია მკაფიოდ განსაზღვრული ჩარჩო, რომელიც ეხება ირონიის კონცეფციისა და მისი ინტერპრეტაციის შესწავლას. ეს კვლევა შესაძლებელს ხდის სოციო-პრაგმატიკული ასპექტების კვლევის ჭრილში, ირონიის დეკოდირების პროცესის კომპლექსურ და საფუძვლიან აღქმას. ამასთანავე, ნაშრომში განხილულია ირონიული მნიშვნელობის გამოხატვის თავისებურებები კონკრეტულ კონტექსტებში. გარდა ამისა, კვლევის თეორიულ საფუძველად აღებულია თანამედროვე ლინგვისტიკაში არსებული უახლესი თეორიები.

დისერტაციას მოკრძალებული წვლილი შეაქვს ირონიის მრავალწახნაგოვანი ბუნების კვლევაში, რაც ზრდის მისი შესწავლის მნიშვნელობას თანამედროვე ლინგვისტიკაში. თეორიული თვალსაზრისით, ნაშრომის სამეცნიერო მნიშვნელობა განისაზღვრება არსებული მეცნიერული ცოდნის გაფართოებით და მისი ემპირიული მასალის კომპონენტით.

ნაშრომის პრაქტიკული მნიშვნელობა განისაზღვრება მასში აღწერილი მასალებისა და შედეგების პოტენციური გამოყენებით შემდეგი სახის თეორიულ კურსებში: სტილისტიკა, ტექსტის ლინგვისტური კვლევა და ანალიზი, თარგმანის თეორიები და სხვა. ასევე ყველა ისეთ სპეცკურსში, სადაც საჭიროა ინგლისური და ქართული ენების შედარებითი ანალიზის ჩატარება.

**ნაშრომის სტრუქტურა და მოცულობა:** ნაშრომი შედგება შესავლის, სამი თავისა (I. ნაშრომის თეორიული ჩარჩო; II. სოციალური ქსელები და კომპიუტერული დისკურსი ; III. ნაშრომის მეთოდოლოგია და ემპირიული მასალის კვლევა) და დასკვნისგან. ნაშრომის ბოლოს თანდართულია ბიბლიოგრაფია. სადისერტაციო ნაშრომი წარმოადგენს ელექტრონულად ნაბეჭდი ტექსტის 179 გვერდს.

## **1. თავი I. ნაშრომის თეორიული ჩარჩო**

### ***1.1. ირონიის რაობა და მისი პრაგმატიკული ფუნქცია***

ზოგადი და მიღებული განმარტებით, ირონია გამოხატავს ისეთ შინაარსს, რომელიც ნათქვამის საპირისპიროა (Quintilian, 1995-98 [9.2.44],401). სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ირონიული აზრის გაჟღერების დროს, მთქმელი სიტყვიერად ამბობს ერთს, მაგრამ გულისხმობს მეორეს. ამ ტროპის მიმართ დამოკიდებულება ხშირად უარყოფითია და, შესაბამისად, კონტექსტი - ნეგატიური (Grice, 1989; Sperber & Wilson, 1981).

კოლბრუკი აღნიშნავს, რომ ირონიას თავდაპირველად ყურადღება მიექცა ანტიკური ხანის რიტორიკაში, რომელიც ცნობილია “სოკრატისეული ირონიით” (Colebrook, 2004). თუმცა, კოლბრუკის თანახმად, მიუხედავად ირონიის რთული ბუნებისა, მისი განმარტება, როგორც ნათქვამის საპირისპირო (Quintilian, 1995-98 [9.2.44],401), მეტად ზოგადია; ის შეიძლება გავრცელდეს როგორც სხვა ნებისმიერ ხატოვან გამონათქვამზე, ისე მთლიანად ისტორიულ ეპოქებზე (Colebrook, 2004). მაგალითად, ირონიული გამონათქვამი: “Another day in paradise”, (Colebrook, 2004, p.1), შესაძლოა, ეხებოდეს როგორც ცუდ ამინდს, ასევე პოსტმოდერნიზმის პერიოდში წამოჭრილ პრობლემებს; თანამედროვე ეპოქის კონტექსტიც კი შეიძლება აღვიქვათ, როგორც ირონიული, რადგან დღესდღეობით, თითქმის ყველა გამონათქვამი გადატანით მნიშვნელობას ატარებს (Colebrook, 2004). კოლბრუკი ამბობს, რომ ჩვენ ვცხოვრობთ მასკომუნიკაციის,

ციტირების, სიმულაციისა და ცინიზმის ხანაში, ეს კი ართულებს ირონიის ზუსტი დეფინიციის საკითხს (Colebrook, 2004).

მეოცე საუკუნის ბოლო პერიოდში ფილოსოფოსებისა და ლინგვისტებისთვის განსაკუთრებით საინტერესო აღმოჩნდა ირონიის პრაგმატიკული ასპექტის კვლევა. მიუხედავად იმისა, რომ ბევრი შრომა დაიწერა ირონიის კომპლექსური ბუნების შესახებ, ენათმეცნიერების წინაშე კვლავ დგას გადაუჭრელი საკითხები ამ ცნების დეფინიციასთან დაკავშირებით. განსაკუთრებით საკამათოა საკითხი, თუ როგორ რეალიზდება ის კონკრეტული წინადადების თუ სიტუაციის ფარგლებში; რომელი ხელისშემწყობი თუ ხელისშემშლელი ფაქტორები წამოიჭრება მთქმელის მიერ ირონიული ნათქვამის რეალიზაციისა და მსმენელის მიერ წარმოთქმულის აღქმის პროცესში. რა ფაქტორი შეიძლება იყოს ირონიული გამონათქვამის „კონსტანტა“, ინვარიანტი ან პარადიგმა, რომელიც მუდმივად „იმუშავებს“ ირონიული გამონათქვამის აქტუალიზაციის დროს, თუ ასეთი არსებობს. ამ მიმართულებით, გრაისის თანახმად (Grice, 1975, 1978), ირონიულ გამონათქვამს გააჩნია პირველადი და მეორადი მნიშვნელობა; პირველადი მნიშვნელობა გულისხმობს მის სიტყვიერ ფორმას, ხოლო მეორადი- მის შინაარსს (ნათქვამის საპირისპირო კონტექსტი). ამ მოსაზრების მიხედვით, ირონიული გამონათქვამი პირველ ეტაპზე აღიქმება პირდაპირი მნიშვნელობით, ხოლო მეორე ეტაპზე ის უარიყოფა (Grice, 1975, 1978). მოგვიანებით, სპერბერსა და უილსონთან ეს შეხედულება გაბათილდა, რადგან ნათქვამის მეორადი (საპირისპირო) ან პირველადი მნიშვნელობა იშვიათადაა ადვილად აღსაქმელი (Sperber & Wilson, 1981, 1986; Gibbs & O'Brien, 1991). ამასთანავე, აღნიშნული ავტორები ამტკიცებენ, რომ ირონიის აღქმა ერთეტაპიანი პროცესია. ამის დასტურია მათი თეორია, რომელიც ირონიას უკავშირებს ექოს (Sperber & Wilson, 1981, 1986). აქ სპერბერი და უილსონი ირონიას განმარტავენ, როგორც თავდაპირველი აზრის (რომელიც შეიძლება იყოს სხვისი ან საკუთარი) გარკვეული დროის გასვლის შემდეგ „ექოიკური ხსენებით“. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, მთქმელი ეხმიანება თავდაპირველად გამოთქმულ წინადადებას, მაგრამ უკვე ირონიულ კონტექსტში, რაც ვლინდება მთქმელის დამოკიდებულებაში ნათქვამის მიმართ (Wilson & Sperber, 1992, p. 59).

კოლსტონისა და გიბსის განმარტებით (Gibbs & Colston, 2007), მიუხედავად იმისა, რომ არსებობს დამაბნეველი და ორაზროვანი მაგალითები, რომლებიც მოითხოვს ირონიის ორ სტადიად განხილვის აუცილებლობას, ირონიული მაგალითების უმრავლესობა, ძირითადად, ერთეულოვანი პროცესია, სადაც კონტექსტური ინფორმაცია ზედაპირზე ჩანს და ლინგვისტური ერთეულის და კონტექსტის აღქმა პარალელურად მიმდინარეობს (Attardo, 2000, p.805). შესაბამისად, ირონია მყისიერად შეიმეცნება. ამასთანავე, არსებობს ისეთი მაგალითები, რომლებიც მიეკუთვნება სიტუაციურ ირონიას და არ ესადაგება მის ზემოთხსენებულ განმარტებას. ამ და ბევრი სხვა მიზეზების გამო ცხადი გახდა, რომ ირონია საჭიროებდა უფრო ღრმა თეორიულ კვლევას (Gibbs & Colston, 2007).

## ***1.2. კოოპერაციისა და იმპლიკაციის საკითხი გრაისის მიხედვით***

კომუნიკაციის პროცესში მხარეებს (მთქმელი და მსმენელი) შორის თანამშრომლობას არსებითი მნიშვნელობა აქვს. საუბრის დროს ვცდილობთ, გავიგოთ ჩვენი თანამოსაუბრის ნათქვამი და ამავე დროს მივიღოთ მისგან რელევანტური ინფორმაცია. აღნიშნული ცნობილია, როგორც გრაისის კოოპერაციული პრინციპი. გრაისის თანახმად (Grice, 1975) ეფექტური კომუნიკაციისთვის საჭიროა, ჩვენი ნათქვამი იყოს ზუსტი, შესაბამისი და კონტექსტთან ადაპტირებული, რაც გულისხმობს ნათქვამის შესაბამისობას დროსთან, ადგილთან, მიზანსა და თემასთან მიმართებაში. გარდა ამისა, გრაისმა გამოყო ოთხი ძირითადი მაქსიმა, რომელიც კომუნიკაციის თანმიმდევრულობას უზრუნველყოფს. პირველი ეს არის ხარისხის მაქსიმა (maxim of quality) – ილაპარაკე მხოლოდ სიმართლე. თქვი ის, რაც შეგიძლია დაადასტურო. შემდეგი არის რაოდენობის მაქსიმა (maxim of quantity) – მიაწოდე მსმენელს საჭირო რაოდენობის ინფორმაცია, არც ზედმეტი და არც ნაკლები. მესამე- რელევანტურობა (maxim of relation) – ნათქვამი უნდა შეესაბამებოდეს საუბრის თემატიკას. მეოთხე მაქსიმა კი არის მანერის მაქსიმა (maxim of manner) - მოერიდე ბუნდოვანებას, გაურკვეველობას. გამოხატე აზრები მკაფიოდ და ლაკონურად (Grice, 1989:53).

გრისი (Grice, 1975) აღნიშნავს, რომ თუ მსმენელი შეამჩნევს, რომ მოსაუბრე სიმართლეს არ ამბობს (და ამავედროულად ჩათვლის, რომ კოოპერაციული პრინციპი არ ირღვევა) ის ცდილობს, გაარკვიოს ამ ნათქვამის დაფარული მნიშვნელობა. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, მსმენელი იწყებს იმპლიკაციის ძიებას. იმპლიკაცია გრისის განმარტებით, ისეთი „დამატებითი ინფორმაციაა“, რომელიც წარმოიქმნება პირდაპირი ნათქვამის ფონზე და წარმოადგენს მის არაპირდაპირ გამოხატულ მნიშვნელობას (Grice, 1975). იმპლიკაცია წარმოიქმნება მაშინ, როდესაც მთქმელი გულისხმობს რაღაცას, რაც სცილდება მის მიერ გამოთქმული აზრის პირდაპირ მნიშვნელობას და რჩება მსმენელის „იმედად“, რომ ეს უკანასკნელი, კონტექსტისა და საკომუნიკაციო პრინციპების გათვალისწინებით, სათქმელის ნამდვილ მიზანს მიუხვდება. იმპლიკაციას ორი ძირითადი სახე აქვს: სტანდარტული და სასაუბრო. სტანდარტული იმპლიკაცია ყოველთვის ერთსა და იმავე მნიშვნელობას ატარებს, მიუხედავად კონტექსტისა. მაგალითად ისეთი კავშირები, როგორცაა „ამიტომ“, „თუმცა“... ყოველთვის კონკრეტულ იმპლიკაციას გადმოსცემენ. სასაუბრო იმპლიკაცია (implicature), პირიქით, კონტექსტზე არის დამოკიდებული და მისი მნიშვნელობა იცვლება იმ გარემოების მიხედვით, რომელშიც ის გამოიყენება (Grice, 1975).

როდესაც მთქმელი იყენებს ირონიას, ის ხშირად არღვევს გრისის მაქსიმებს. პირველი მაქსიმა, რომელიც ირღვევა, არის ხასრისხის მაქსიმა, რადგან ირონიული მთქმელი ხშირად ამბობს იმას, რასაც არ გულისხმობს; შემდეგი არის მანერის მაქსიმა, რადგან მთქმელმა შესაძლოა განზრახ გამოიყენოს აზრის ბუნდოვანი ან გაურკვეველი ფორმულირება. აქვე შესაძლოა დაირღვეს რელევანტურობის მაქსიმა იმით, რომ ზოგიერთი ირონიული ნათქვამი არაპირდაპირ უკავშირდება სასაუბრო თემატიკას. მოგვიანებით უილსონი აღნიშნავს, რომ ირონიის რეალიზაციისთვის მხოლოდ გრისის მიერ შემოთავაზებული მაქსიმების დარღვევა არ არის საკმარისი (Wilson, 2006). კერძოდ, ბრაუნისა და ლევინსონის „თავაზიანობის თეორიაში“ (Brown & Levinson, 1987) ვხვდებით თავაზიანობის პრინციპს, რომელსაც ასევე არღვევს ირონიით მოსაუბრე- ის შესაძლოა, იყოს განზრახ არათავაზიანი.

ამ პროცესში მნიშვნელოვანია როგორც მოსაუბრის, ისე მსმენელის როლის გათვალისწინება. მოსაუბრე ახორციელებს იმპლიკაციას, ხოლო მსმენელი ცდილობს მის დეკოდირებას, რათა საუბრის პროცესში ამოიცილოს ნათქვამის ფარული (ნამდვილი) მნიშვნელობა.

სასაუბრო იმპლიკაცია წინამდებარე კვლევის ცენტრალური კონცეფციაა, რადგან ის ზეგავლენას ახდენს ირონიის (ისევე როგორც სარკასტული ირონიის) დეკოდირების პროცესზე (Grice, 1975, Sperber & Wilson, 1981).

### ***1.3. ირონიის ტრადიციული განმარტება და მისი ნაკლი***

ირონიის ტრადიციული განსაზღვრების თანახმად, ირონიის, როგორც ტროპის ხატოვანი მნიშვნელობა, მისი პირდაპირი/ვერბალური გამოხატულების საპირისპიროა (Sperber & Wilson, 1992). კაუფერი და ჰავერკეიტი ნაკლოვანად მიიჩნევენ ასეთ განმარტებას და აღნიშნავენ (Kaufer, 1981, Haverkate, 1990), რომ ირონიის ტრადიციული განსაზღვრება მეტად ფართო და ზოგადია, რადგან ის არ ასხვავებს ირონიას ტროპის სხვა ტიპებისგან, როგორც არის მეტაფორა, ლიტოტესი და ა.შ. (Attardo, 2000, p. 797).

გრასის მიერ ირონიის ტრადიციული განმარტების თანახმად, მთქმელი გამიზნულად არღვევს ხარისხის (იგივე თვისობრივ) მაქსიმას და გულისხმობს პირდაპირი ნათქვამის საპირისპიროს (Grice, 1975). აღნიშნული წარმოადგენს ნორმიდან გადახვევას, არ ახასიათებს სპონტანურობა და იმართება რიტორიკის წესებით, რომელიც სხვადასხვაობს კულტურიდან კულტურამდე (Grice, 1975). ირონიის ასეთი განმარტება კლასიკურ-რიტორიკული განმარტებისგან იმით განსხვავდება, რომ რასაც კლასიკური მიდგომით ანალიზებდნენ ხატოვანი ან გადატანითი მნიშვნელობის ჭრილში, აქ ანალიზდება შეფარული აზრის კონტექსტში (Sperber & Wilson, 1992). თუმცაღა, სპერბერი და უილსონი აღნიშნავენ, რომ გრასის მიერ ირონიის ტრადიციულ განმარტებას ბევრი სუსტი მხარე აქვს, რადგან შეგვიძლია მოვიყვანოთ მაგალითები, რომლის მიხედვით ირონიული გამონათქვამის რეალიზაციის აუცილებელი პირობა სულაც არ არის

გამოთქმული აზრის საპირისპირო მნიშვნელობის გადმოცემა. გარდა ამისა, მათი აზრით, ირონია პირიქით, ბუნებრივი და უნივერსალურია და ის შესაძლებელია, რომ სპონტანურად წარმოიქმნას (Wilson & Sperber, 1992). სტატიაში „On Verbal Irony” ისინი გვთავაზობენ ირონიის ისეთ მაგალითებს, კატეგორიებად დაყოფილს, რომლებიც ავლენენ ირონიის ტრადიციული განმარტების ნაკლოვანობებს. ეს კატეგორიებია: 1) ირონიული ლიტოტესი (ironical understatement), 2) ირონიული ციტირება (ironical quotation), 3) ირონიული შეძახილი (ironical interjection) და 4) არაირონიული სიცრუე (non-ironical falsehood) (Wilson & Sperber, 1992).

ირონიულ ლიტოტესს სპერბერი და უილსონი განიხილავენ შემდეგი მაგალითით: ვხედავთ მომხმარებელს მაღაზიაში, რომელიც დაბრმავებულია სიბრაზით და საჯაროდ ახდენს საკუთარი აგრესიის დემონსტრირებას. ამ ინციდენტის მომსწრე კი აკეთებს შემდეგ კომენტარს: (1) „You can tell he’s upset“.<sup>2</sup>

ეს არის ირონიული ლიტოტესის ტიპური მაგალითი, სადაც ირონიის შინაარსად გვევლინება არა „საწინააღმდეგო იმისა, რაც გამოითქვა“, არამედ, საგნის ან მოვლენის უფრო მომცრო შინაარსობრივი ფორმით გამოხატვაა, ვიდრე ის სინამდვილეში წარმოადგენს<sup>3</sup>. ტრადიციული მიდგომით გაანალიზების შემთხვევაში, რომელიც ნათქვამის საპირისპიროს გულისხმობს, ზემოთმოყვანილი მაგალითის შინაარსი იქნებოდა ან ა) არ ეტყობა, რომ ცუდ ხასიათზეა, ან ბ) ეტყობა, რომ არ არის ცუდ ხასიათზე. თუმცა, მიუხედავად იმისა, რომ პირველი მაგალითი ინტუიტიურ დონეზე ირონიულია, შინაარსით ის არც ა)-ს გულისხმობს და არც ბ)-ს. (Wilson & Sperber, 1992, p.54).

სპერბერსა და უილსონთან ირონიული ციტირება გამოვლენილია შემდეგი მაგალითით: წარმოიდგინეთ, რომ ქვემოთ მოყვანილი წინადადება ითქვა ლონდონის მთავარ გამზირზე პიკის საათის დროს : (2) „When a man is tired of London he is tired of life“<sup>4</sup>. აღნიშნული ადებულება ჯეიმს ბოსველის ბიოგრაფიული ნაწარმოებიდან „Life of Johnson”. იმისთვის, რომ ეს შენიშვნა აღქმულ იქნას ირონიულად, მსმენელმა ის უნდა შეიცნოს

<sup>2</sup> “ეტყობა რომ ის ცუდ ხასიათზეა” (Wilson & Sperber, 2004, p.54)

<sup>3</sup> საქართველოს პარლამენტის ეროვნული ბიბლიოთეკა (<http://www.nplg.gov.ge/saskolo/index.php?a=term&d=43&t=65>)

<sup>4</sup> “კაცს რომ ლონდონი მოზეზრდება, მას სიცოცხლეც მოზეზრებული აქვს” (Wilson & Sperber, 2004, p.55.)

როგორც „ციტატა“, და არა როგორც საპირისპირო იმისა, რაც ითქვა (Wilson & Sperber, 1992, p.55).

ირონიული შემახილის აღსაქმელად სპერბერი და უილსონი აღნიშნავენ, რომ უნდა წარმოიდგინოთ სიტუაცია, სადაც ადამიანი სტუმრად მიიწვიეს მაისის თვეში ტოსკანაში და თან აღნიშნეს, რომ ტოსკანა დროის ამ პერიოდში განსაკუთრებით ლამაზი და სასიამოვნოა. ტოსკანაში ჩასულ სტუმარს ხვდება ცივი, წვიმიანი ამინდი ძლიერი ქარით, რაზეც ის აკეთებს კომენტარს შემახილის სახით: (3) “Ah, Tuscany in May!”<sup>5</sup>. თუ ამ გამოთქმას ტრადიციული ირონიის განმარტების მიხედვით გავზომავთ, რთული იქნება იმის დადგენა, თუ რა არის აღნიშნული გამონათქვამის საპირისპირო მნიშვნელობა. (Wilson & Sperber, 1992, p.55).

არაირონიული სიცრუის კატეგორიისთვის, სპერბერი და უილსონი განიხილავენ შემთხვევას, რომელიც ირონიის ტრადიციულ განმარტებას ერგება, ანუ ნათქვამის საპირისპიროა, მაგრამ არ არის ირონიული. ეს, თავის მხრივ, ადასტურებს მოსაზრებას, რომ ირონიის ტრადიციული განმარტება ნაკლოვანია. მაგალითისთვის ავტორები ესესხებიან გრაისს (Grice, 1978, p. 124) და ასახელებენ სიტუაციას, სადაც სასეირნოდ გამოსული ორი ადამიანი ჩაუვლის მანქანას გატეხილი ფანჯრით. ერთ-ერთი მიუბრუნდება მეორეს და მბობს: (4) „Look, that car has all its windows intact“<sup>6</sup>. თუმცა, მსგავსი წარმოთქმის ფორმა მსმენელზე ვერ აღწევს შესაბამის მიზანს, ანუ, მსმენელი ვერ ახდენს ნათქვამში ირონიის იდენტიფიკაციას. ყოველივე ერგება ირონიის ტრადიციულ დეფინიციას- მე ვთქვი რაღაც, რაც არ არის სიმართლე (4) “look, that car has all its windows intact“ იმ მიზნით, რომ გადმომეცა მისი საპირისპირო (5) that car has one of its windows broken<sup>7</sup>. სპერბერი და უილსონი განმარტავენ, რომ აღნიშნული მაგალითი არ არის ირონიული-აქ მთქმელი იტყუება, გულისხმობს რა საპირისპიროს და მის მიერ აზრის გამოთქმის ფორმა მსმენელის ყურადღების მისაპყრობად იქნა არჩეული.

<sup>5</sup> “აჰ, ტოსკანა მაისში!” (Wilson & Sperber, 2004, p.55)

<sup>6</sup> “ნახე, მანქანის ყველა შუშა მთელია” (Wilson & Sperber, 2004, p.55)

<sup>7</sup> “მანქანის ერთ-ერთი მინა არის ჩამსხვრეული” (Wilson & Sperber, 2004, p.55)

საინტერესოა, რატომ ვერ ასკვნის მსმენელი იმთავითვე, რომ (5) არის ის, რისი თქმაც მთქმელს სურდა. სპერბერისა და უილსონის თანახმად (Sperber & Wilson, 1992), მიუხედავად იმისა, რომ მაგალითი (4) ერგება ირონიის ტრადიციულ განმარტებას, მოცემულ შემთხვევებში, მსგავსი გამონათქვამი არ აღიქმება როგორც ირონიული. აქედან გამომდინარე სპერბერი და უილსონი ასკვნიან, რომ ირონიის ტრადიციული განმარტების თეორიას რაღაც მნიშვნელოვანი განმსაზღვრელი ნიშანი უნდა აკლდეს. (Sperber & Wilson, 1992, p.56)

#### ***1.4. ირონია როგორც ექო***

აღნიშნული თეორია აღმოცენდა ირონიის ტრადიციული განმარტების ნაკლოვანებებიდან და ეკუთვნის კვლავ სპერბერსა და უილსონს (Sperber & Wilson, 1986/95). ავტორები ირონიას განიხილავენ, როგორც ექოს, რომელიც ექოს მსგავსად ეხმიანება მანამდე გამოთქმულ მოსაზრებას ან ზოგად შეხედულებებს. ირონიული ნათქვამი ეხმიანება ან ზუსტად ციტირებს მანამდე გაჟღერებულ მოსაზრებას და პარალელურად გამოხატავს მთქმელის მხრიდან კრიტიკულ ან უარყოფით დამოკიდებულებას იმ აზრის მიმართ, რომელსაც ექოიკურად იმეორებს. მთქმელის მიერ აზრის ამგვარი ფორმულირების მიზანი სწორედ კრიტიკის გამოხატვაა. იმისთვის, რომ ირონია წარმატებულად რეალიზდეს, მსმენელმა უნდა მოახდინოს ნათქვამის როგორც „ხსენების“ დეკოდირება, სწორად შეაფასოს მთქმელის დამოკიდებულება და მიუხვდეს ჩანაფიქრს.

ირონიის ამგვარი ფორმულირება ყალიბდებოდა დროთა განმავლობაში. მაგალითად, თავდაპირველად, 1981 წლის ნაშრომში სპერბერი და უილსონი ირონიას განიხილავენ, როგორც „ექოსმაგვარ ხსენებას“, სადაც მთქმელი აღძრავს/გამოხატავს ნათქვამის საწინააღმდეგო დამოკიდებულებას (Garmendia, 2018). სპერბერი და უილსონი მიიჩნევენ, რომ ირონიის ნებისმიერი გამოვლინება ესადაგება რომელიმე ტიპის ექოსმაგვარ გამოვლინებას. ექოიკური გამოვლინების მაგალითებად ისინი ასახელებენ შემდეგს: ექო, რომელიც ეხმიანება იმედებს ან მოლოდინს; წამიერი ან დაგვიანებული ექო

და ექო, რომელიც წარმოიშვა მანამდე გამოთქმული აზრიდან; ექო რომლის წყაროც ფიქრია, ან წარმოსახვა და ა.შ. (Sperber & Wilson, 1981).

1984 წლის სპერბერის ნაშრომში ირონია კვლავ განიმარტება როგორც იმპლიციტური ექო-ხსენება, რომელიც ნათქვამის მიმართ დამამცირებელი დამოკიდებულების გამოხატველია. აქ ავტორები აანალიზებენ თვალთმაქცობის თეორიას, სადაც ირონია გაიგივებულია თვალთმაქცობასთან, მაგრამ იცავენ აზრს, რომლის მიხედვითაც ექოს თეორია უპირატესია თვალთმაქცობის თეორიაზე. სპერბერსა და უილსონის მომდევნო ნაშრომში (1986/95), ავტორები ანაცვლებენ ექოიკური ხსენების ცნებას ინტერპრეტაციული მსგავსების ცნებით და შემდგომ (Wilson & Sperber, 1992), ექოსმაგვარი გამონათქვამები გაანალიზებულია, როგორც „გამოთქმული აზრის“ (attributed thought) ექოიკური „ინტერპრეტაცია“, ხოლო ვერბალური ირონია, როგორც ექოიკური ინტერპრეტაციის ერთ-ერთი სახეობა. უფრო გვიან შრომებში (Wilson, 2013), ირონია წარმოდგენილია როგორც „ექოსმაგვარი ატრიბუციის“ შემთხვევა. საბოლოო ჯამში, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ სპერბერი და უილსონი მყარად მისდევენ თავიანთ მოსაზრებას, რომლის მიხედვით ირონია ყოველთვის ექოს მსგავსად ვლინდება (Garmendia, 2018, p.46). ექოიკური ირონიის რეალიზაციის დროს, მთქმელი ყოველთვის ავლენს დისოციაციურ დამოკიდებულებას, ანუ ის უარყოფს შესაბამის აზრს, როგორც სასაცილოდ მცდარს ან აშკარად არაადეკვატურს. ამგვარად, ავტორები ცდილობენ, გადმოსცენ ირონიული მთქმელის დამოკიდებულების/პოზიციის მნიშვნელობა ნათქვამის მიმართ, რაც პრაგმატიკის ცენტრალური ასპექტია. სპერბერი და უილსონი ამბობენ, რომ ხსენებული დამოკიდებულება ყოველთვის დისოციაციურია. მათი განცხადებით, მთქმელის დამოკიდებულება ნათქვამთან მიმართებაში თავდაპირველად გამოხატავს შეგუებას, რომელიც იცვლება იმედგაცრუებით, ხოლო იმედგაცრუება იცვლება ზიზღნარევი დაცინვის ან აღშფოთების მდგომარეობით (Wilson & Sperber, 2012: 130, Garmendia, 2018, p. 45).

### ***1.5. ხსენება-გამოყენების თეორია***

ხსენება-გამოყენების თეორიის ავტორები არიან კვლავ სპერბერი და უილსონი. ექსპერტული ხსენების შესახებ შექმნილი შრომების შემდეგ, უფრო მოგვიანებით, ისინი განმარტავენ, რომ მთქმელი ვერბალურ ირონიაში გამოხატავს ფილოსოფიურ განსხვავებას “ხსენებისა და გამოყენების” სახით (Sperber & Wilson, 1995; Sperber & Wilson, 2002). ამ ფორმულის მიხედვით, მთქმელის მიერ ჭეშმარიტი დამოკიდებულების გამოსახატად, შენიშვნის გამოყენებას უპირისპირდება იმ დამოკიდებულების ხსენება, რომელსაც იგი აღარ განიცდის. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ხსენება-გამოყენების თეორია ხსნის ისეთ სიტუაციას, რომელიც წინასწარ განჭვრეტელი, სასურველი ან მოსალოდნელი შედეგის მომცემი იყო საზიარო ცოდნაზე დაყრდნობით. მაგალითად, თამაშის დროს ფეხბურთელმა თქვა -“მაგარი დარტყმა”, რომ გაეკიცხა თანაგუნდელი, რომელმაც კარს ააცდინა ბურთი (ამას სპერბერი და უილსონი უწოდებენ ირონიულ კრიტიკას). ამ სიტუაციაში ეს გამონათქვამი, შესაძლოა, ეხმიანებოდეს (ახსენებდეს), რომელიმე მაყურებლის ფრაზას, რომელმაც იწინასწარმეტყველა- “ეს იქნება ძალიან მაგარი დარტყმა!” ან შეიძლება აჟღერებდეს (ახსენებდეს) კარგი თამაშის საერთო მოლოდინს. „ხსენება-გამოყენების“ თეორია საინტერესოა იმ მხრივ, რომ აქ იკვეთება ირონიული აზრის ხსენების ან ექსპერტული გამეორების მაგალითები, მოულოდნელად განვითარებული სიტუაციის ფონზე (Sperber & Wilson, 1995; Sperber & Wilson, 2002).

ბოლოს უნდა ვახსენოთ, რომ სპერბერისა და უილსონისეულ ექსპერტული ხსენების თეორიას თავისი ნაკლი აქვს, რადგან ის ვერ ფარავს ირონიის ისეთ გამოვლინებას, სადაც ნათელი არ არის მთქმელი რომელი ნათქვამის ან ფიქრის ექოირებას ახდენს; ასევე გაუგებარია როგორი ტიპის ექოიკური ხსენების ფორმას უნდა მოვარგოთ ირონიის ისეთი მაგალითები, რომლებშიც ირონია გადამეტებული ზრდილობის გამოხატვის ხარჯზე რეალიზდება, ან სულაც გამოხატავს ირონიულ თხოვნას ისეთ მაგალითში როგორცაა : „შეგიძლია ცოტა უფრო მეტად იხმაურო, სანამ მე ვცდილობ ვკონცენტრირდე მნიშვნელოვან საქმეზე?“.

### ***1.6. ირონია როგორც ალუზიური თვალთმაქცობა***

ამ ქვეთავში გაანალიზებული პირველი შრომა ეკუთვნის კლარკსა და გერიგს (Clark & Gerrig, 1984). მათი თეორიის თანახმად, ირონია არის როლური თამაში, რომლის სწორად აღსაქმელად, საჭიროა ამ მომენტის გააზრება. ავტორთა აზრით, ვერბალური ირონიის ავტორი კონკრეტულ სიტუაციაში, თამაშობს სხვა ადამიანის როლს; ხატავს ამ პერსონაჟს შეუსაბამო, შეუფერებელი ან დამამცირებელი ტონით და, ამგვარად, შორს აყენებს თავის თავს მისგან. მთქმელი, ამ შემთხვევაში, არის მსახიობი და თავისი პერსონაჟი უგუნურად გამოჰყავს. ის იყენებს სამსახიობო ტექნიკას, როგორც არის ხმის ტონი, გამომეტყველება და სხვა არავერბალური ფორმები (Clark & Gerrig, 1984). მოგვიანებით ამ თეორიას შეცვლილი სახით ვხვდებით გიბსთან (Gibs, 2000), სადაც მთქმელი წარმოდგენილია არა როგორც მსახიობი, რომლის მიზანიც არის მაქსიმალურად გულწრფელად შეასრულოს როლი, არამედ ადამიანი, რომელიც თვალთმაქცობს (ირონიის ფორმა-ირონიული თვალთმაქცობა/ironic pretence). ის მოელის, რომ მსმენელი გაშიფრავს მთქმელის თვალთმაქცურ დამოკიდებულებას საკუთარი თავის, აუდიტორიის, ან ნათქვამის მიმართ (Wąlaszewska & Piskorska, 2012). სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, მსახიობის თვითმიზანია გამოავლინოს გულწრფელობა მაყურებლის თვალში, მაშინ როცა ირონიულ მთქმელი გამიზნულად თამაშობს ისე, რომ მსმენელმა არაგულწრფელობის დეტექცია მოახდინოს. ორივე მხარე როლს თამაშობს, მაგრამ ერთი გულწრფელობის, ხოლო მეორე არაგულწრფელობის ასპექტის მოხმობის ხარჯზე. უილსონის თანახმად, ირონიის რეალიზაციის დროს მის წარმატებას განაპირობებს მსმენელის უნარი გამოიცნოს მთქმელის თვალთმაქცობა (Wilson, 2006)

თვალთმაქცობის ასპექტის განხილვის კუთხით საინტერესოა ნაკამურას, გლუკსბერგისა და ბრაუნის ალუზიური თვალთმაქცობის თეორია ირონიის დისკურსში (Kumon-Nakamura et.al, 1995). მათი ნაშრომი ეხება ვერბალური ირონიის აღქმის სამეტყველო ქმედების ანალიზს, რომელიც ეყრდნობა კმაყოფილების პირობის (felicity condition) თეორიას. კმაყოფილება ან კმაყოფილების პირობა არის მდგომარეობა, რომლის დროსაც მთქმელის მიერ სრულდება დაპირებული მოქმედება, ხოლო მსმენელს აქვს დაპირებული მოქმედების შესრულების მოლოდინი მთქმელის მხრიდან. მაგალითად, როდესაც ერთი ადამიანი სიტყვას აძლევს მეორე ადამიანს, მისგან უნდა არსებობდეს ამ

პირობის მიღების საჭიროება; ხოლო მთქმელს, ანუ სიტყვის მიმცემს, უნდა ჰქონდეს დანაპირების შესრულების მზაობა. ალუზიური თვალთმაქცობის თეორიის მიხედვით, ვერბალური ირონიის დროს ხდება: 1) გულწრფელობის კუთხით “კმაყოფილების პირობის“ და 2) მოლოდინის მდგომარეობის რღვევა. პირველი ავლენს მთქმელის არაგულწრფელობას, რასაც ნაკამურა და კოლეგები „პრაგმატიკული არაგულწრფელობით“ მოიხსენიებენ. პრაგმატიკული არაგულწრფელობა მოიცავს ირონიის ისეთ ფორმებსაც, რომელშიც მთქმელი შესაძლოა როგორც ტყუოდეს, ისე ამბობდეს სიმართლესაც. რაც შეეხება მოლოდინის მდგომარეობის რღვევას, ნაკამურა და კოლეგები მიუთვითებენ, რომ მთქმელის ირონიული ნათქვამი ალუზიურად უკავშირდება მანამდე შექმნილ სიტუაციას ან გამოთქმულ აზრს, რომლის მიმართაც მას მოლოდინი გაუცრუვდა. მსგავს ალუზიურ მიმართებას, ექოიკურის გარდა, სხვა ფორმაც შესაძლოა ჰქონდეს (აქ ნაკამურა და კოლეგები ეხმიანებიან სპერბერისა და უილსონის განმარტებას, რომლებსაც მიაჩნიათ, რომ ირონია ყოველთვის ექოიკური ფორმისაა (Sperber & Wilson, 1981). ალუზიური თვალთმაქცობის თეორიით განიმარტება ირონიის ისეთი მაგალითები, რომლის დროსაც მთქმელი ექოსებურად არ იმეორებს არც ვინმეს ნათქვამს და არც საერთო მოლოდინს. აქ მოიაზრება ირონიის შემდეგი ფორმები: 1) ირონიული შეფასება (ironic) true assertion )- “ You sure know a lot ”<sup>8</sup>-ნათქვამი ადამიანის მიმართ, რომელსაც თავი მოაქვს თავისი ცოდნით; 2) ირონიულ-რიტორიკული შეკითხვა (ironic question)-“ How old did you say you were? ”<sup>9</sup>-ნათქვამი ადამიანის მიმართ, რომელიც თავისი ასაკის შეუფერებლად იქცევა; 3) ირონიული შეთავაზება (ironic offering) -“ How about another small slice of pizza?”<sup>10</sup>- ნათქვამი ადამიანის მიმართ, რომელმაც მთლიანი ნამცხვარი გადაყლაპა; 4) ზედმეტად ზრდილობიანი ირონიული თხოვნა გაზვიადების გზით (over-polite request), ანუ ზედმეტად ზრდილობიანი ტონის შემცველი ირონიული გამონათქვამი. მაგალითად: “Would you mind very much if I asked you to consider cleaning up your room some time this year?”<sup>11</sup>- ნათქვამი უწესრიგო, უსუფთაო ადამიანის მიმართ

<sup>8</sup> «რა თქმა უნდა, შენ ყველაფერი იცი» (Gibbs, Colston: Kumon-Nakamura et. al, 1995, p.60.)

<sup>9</sup> “რა თქვი, რამდენი წლის ხარ?” (Gibbs, Colston :Kumon-Nakamura et. al, 1995, p.60)

<sup>10</sup> “რას იტყვი პაწაწინა პიცის კიდევ ერთ ნაჭერზე?” (Gibbs. Colston: Kumon-Nakamura et. al, 1995, p.60)

<sup>11</sup> “უკაცრავად რომ გახსენებთ, მაგრამ ხომ არ ინებებდით ოთახის დალაგებას ამა წლის რომელიმე დღეს?” (Gibbs, Colston: Kumon-Nakamura et. al, 1995, p.60)

(Kumon-Nakamura et.al, 1995). ირონიული შეთავაზებისა და თხოვნის გამოხატვა, ძირითადად, ხორციელდება ჰიპერბოლის, იგივე გაზვიადების („...some time this year“) ან პირიქით, შემამცირებელი შინაარსის მატარებელი კონტექსტის-ლიტოტესის („small slice of pizza“) გამოყენებით. აგუერტის და სხვ. თანახმად „ირონიული ჰიპერბოლის“ ამოცნობა ბავშვებსაც შეუძლიათ. მისი დეკოდირება 10 წლის ასაკიდან არის შესაძლებელი (Aguert et.al., 2017). ნაშრომში ჩვენ აგუერტსა და თანაავტორების ტერმინს გამოვიყენებთ ირონიის ისეთი მაგალითების აღსაწერად, რომლებიც არ ესადაგება ნაკამურასა და კოლეგების სატატიოში აღნიშნული ირონიული თხოვნის ან შეთავაზების აღწერას, არამედ წარმოადგენს მტკიცებითი ფორმით გამოხატულ აზრს. აგუერტი და კოლეგები ასეთ ირონიას „ირონიული ჰიპერბოლის“ სახელით მოიხსენიებენ (Aguert, 2022).

ალუზიური თვალთმაქცობის თეორიის მოლოდინის რღვევის კომპონენტი, (იგივე მოულოდნელობის ეფექტი, ერთგვარი შეუსაბამობა, რომელიც არღვევს მსმენელის მოლოდინს ირონიული გამონათქვამის კონტექსტთან მიმართებაში) განიხილება ასევე კოლსტონთან (Colston, 2000). ნაშრომში განიხილული მაგალითებისა და ჩატარებული ექსპერიმენტის შესწავლის შედეგად აღმოჩნდა, რომ მოლოდინის რღვევის კომპონენტის დეკოდირება მოხდა ყველა შემთხვევაში; მსმენელებმა მოახერხეს ირონიულ გამონათქვამში მოლოდინის რღვევის დეფინიცია და, შესაბამისად დადგინდა, რომ ამ კომპონენტის არსებობა მნიშვნელოვანია ვერბალური ირონიის აღქმის დროს (Colston, 2000). ჩვენი აზრით მოლოდინის რღვევის არსებობა ერთ-ერთი პირობაა წარმატებული ირონიის არსებობისთვის.

ირონიის თეორიული კვლევისთვის საინტერესოა ატარდოს (Attardo, 2000) სტატია. ამ სტატიაში ატარდო აკრიტიკებს ხსენება-გამოყენების დიქტომიას (Sperber & Wilson, 2002), რადგანაც, მისი აზრით, ეს უკანასკნელი ვერ ფარავს ვერბალური ირონიის მაგალითების მრავალფეროვნებას. თვალთმაქცობა აქ განხილულია, როგორც უფრო ფართო ფენომენი, რომელიც ხსნის დრამატულ და სიტუაციურ ირონიას. დრამატული ირონია არის სალიტერატურო ხერხი, რომლის დროსაც მკითხველის/მსმენელის მიერ მოქმედი გმირის სიტუაციის მიმართ მოვლენების არსში გათვითცნობიერება უფრო

მეტია, ვიდრე მოქმედი გმირის. მაგალითად „ოიდიპოს მეფე“; ხოლო სიტუაციური ირონია წარმოადგენს გარემოებას, ან მოქმედებას, რომელიც რადიკალურად საწინააღმდეგოა მოლოდინის. მაგალითად, როცა ფეხბურთელს საკუთარ კარში გააქვს გოლი (Lucariello, 1994). ამავე სტატიაში ატარდო აკრიტიკებს გიბსის რელევანტურობის თეორიას (Gibbs, 2000), სადაც ის დახასიათებულია როგორც ცალმხრივი მიდგომა, რომელიც ასევე ვერ გამოდგება ყველა ტიპის ირონიული გამონათქვამების დეფინიციისთვის (Attardo, 2000) .

რალა თქმა უნდა, ლინგვისტური თვალსაზრისით, ეს ახსნა არის სამართლიანი, მაგრამ არასაკმარისი ფსიქოლინგვისტიკაში დაწერილი შრომების გათვალისწინებით. ეს შრომები ეხება ენის/მეტყველების აღქმის ფორმებსა და კოგნიტურ პროცესებს, რომელიც დამოკიდებულია კონტექსტზე და მოსაუბრის მიერ ნათქვამის ენობრივ გამართვაზე .თანამედროვე კვლევებმა ფსიქოლინგვისტიკაში აჩვენა, რომ სულ მცირე, მოსაუბრის პროფესიის ცოდნამ, შესაძლოა, განაპირობოს ირონიის წარმატება მისი შემეცნების დროს (Katz, 2005). ჩვენი აზრით, “ფსიქოლოგიური” თუ “ კონტექსტუალური” ზეგავლენების მრავალფეროვნების მნიშვნელობა (რომელიც გულისხმობს განწყობას, ემოციურ მდგომარეობას და ფსიქოლოგიურ სტატუსს) საკმაოდ სამართლიანად არის წინწამოწეული და ხაზგასმული.

ბოლოს, უნდა გამოვყოთ ატარდოს (Attardo, 2000) სტატიაში განხილული კრეუზსა და რობერტსთან მოყვანილი ირონიის 4 ფორმა. ესენია : 1. სოკრატისეული ირონია, 2. დრამატული ირონია, 3. სიტუაციური (ან ბედის) ირონია და 4. ვერბალური ირონია. (Kreuz & Roberts 1993, Attardo, 2000). სოკრატისეული ირონია რეალიზდება თვალთმაქცობის საშუალებით კონკრეტულ თემაზე პედაგოგიური მიზეზების საფუძველზე, როდესაც ავტორიტეტული პირი (მასწავლებელი) განზრახ გამოხატავს უვიცობას სადისკუსიო თემის ირგვლივ, სვამს შეკითხვებს იმისთვის, რომ დაეხმაროს მსმენელს მივიდეს ჭეშმარიტებამდე. სიტუაციური ირონიაა გარემოებათა ისეთი მოწყობა, რომელიც ირონიულია, მაგალითად სახანძრო სადგური დაიწვა მთლიანად (Attardo, 2000), ან სიტუაცია, რომელიც აღწერილია მომღერალ ალანის მორისეტის

სიმღერაში „Ironic”<sup>12</sup>, რომელშიც ადამიანი 98 წლის ასაკში იგებს ლატარიას და კვდება მომდევნო დღეს. ამას სხვაგვარად ბედის ირონიასაც უწოდებენ. დრამატული ირონიის შემთხვევაში აღწერილია სიტუაცია, რომელშიც მსმენელმა/მკითხველმა, ან მაყურებელმა იცის ისეთი რამ, რასაც დადგმის, რომანის... გმირი ყურადღებას არ აქცევს. და ბოლოს, რაღა თქმა უნდა, ვერბალური ირონია, რომელიც სიტყვიერი ფორმით ვლინდება და წარმოადგენს ისეთ წინასწარგანზრახულ სამეტყველო ქმედებას, სადაც ნათქვამი გამიზნულად სრულიად განსხვავებულ ან საპირისპირო კონტექსტურ მნიშვნელობას ატარებს და მთქმელის მიზანია მსმენელი ამას მიხვდეს (Attardo, 2000).

რადგან ირონიის ფორმებზე ვსაუბრობთ, ნიშანდობლივია ვახსენოთ ირონიის ის სახეობა, რომელსაც ფსიქოთერაპიაში თვითირონიას უწოდებენ (Muecke, 1969). მისი გამოყენება ქმნის სოლიდარობისა და ჰუმანურობის ეფექტს. ის ხორციელდება საკუთარ თავზე ხუმრობანარევი დაცინვით, რაც ადამიანს ეხმარება გადალახოს ცხოვრებისეული წარუმატებლობა და შეხედოს მას უფრო პოზიტიური კუთხით. თვითირონიის გამოყენება აახლოვებს ერთმანეთთან ადამიანებს და ქმნის მსუბუქ ენერგეტიკას რთული საკითხის ირგვლივ (Fabian, 2006, p.1).

### **1.7. კონტექსტისა და ზიარი ფონური ცოდნის მნიშვნელობა ირონიისა და სარკაზმის დეკოდირების პროცესში.**

ლინგვისტიკასა და ფსიქოლინგვისტიკაში გავრცელებული ტრადიციის მიხედვით (Katz, 2005), ენობრივი გამოხატულების აღქმა-შესწავლა უნდა ხდებოდეს დისკურსის ან სოციალური კონტექსტის გათვალისწინებით (Glucksberg, 2001). კატზის თანახმად, ამ ტრადიციაში გასაკვირია, რომ ადამიანები არასოდეს ვშიფრავთ ვერბალურ გამონათქვამებს დისკურსის ან კულტურული კონტექსტის მიღმა (Katz 1996). დისკურსული კონტექსტი მოიცავს ისეთ მახასიათებლებს, როგორცაა მთქმელსა და მსმენელს შორის ზიარი რწმუნებულებები, ცოდნა იმის შესახებ, თუ როგორი ადამიანი

<sup>12</sup> Song by Alanis Morissette, “Ironic” (<https://genius.com/Alanis-morissette-ironic-lyrics>)

არის მთქმელი/მსმენელი, კონტექსტი, რომელშიც წარმოთქმულ იქნა ესა თუ ის ფრაზა, კულტურულ- სოციალური ფაქტორები (Clark, 1996), მთქმელის/მსმენელის სქესი, პროფესია (საქმიანობის სფერო), ზოგადი წარმოდგენა სამყაროზე (Katz, 2005). პრაგმატიკის ჭრილში, დისკურსის კონტექსტი მთქმელსა და მსმენელზე უნდა ახდენდეს ზეგავლენას ირონიული/სარკასტული გამონათქვამის დეკოდირების პროცესში (Katz, 2005).

კონტექსტის ცოდნა მნიშვნელოვანია, რადგან ის ზღუდავს ან აფართოვებს მსმენელის შესაძლებლობას სწორად გაშიფროს კონტექსტი, ამბობს კატზი (Katz, 2005). წინადადება “He certainly is Abelard to her Heloise”<sup>13</sup> გრამატიკულად და სინტაქსურად გამართულია, მაგრამ იძლევა შინაარსის დეკოდირების ზედაპირულ საშუალებას. კერძოდ, მსმენელი ინტუიტიურად ხვდება, რომ საუბარია მამაკაცისა და ქალის რაღაც ტიპის სოციალურ ინტერაქციაზე, მაგრამ ამ ორი ადამიანის ისტორიის ცოდნის გარეშე ნამდვილი კონტექსტის ამოცნობა შეუძლებელია ფართო აუდიტორიისთვის (Katz, 2005). აღნიშნული წინადადების სწორად დეკოდირება შესაძლებელია მხოლოდ განსაზღვრული რაოდენობის მსმენელისთვის-მათთვის, ვინც იცნობს აბერალდისა და ელოიზის ამბავს. საპირწონედ ავიღოთ იგივე წინადადება, მაგრამ ჩავანაცვლოთ ინტერკულტურული პერსონაჟების სახელები: “He certainly is Romeo to her Juliet”<sup>14</sup>. აქ კი ნამდვილად გაცილებით მარტივია შინაარსის ინტერპრეტირება, რადგან რომეო და ჯულიეტა მრავალი კულტურისთვის ტრაგიკული და თავდადებული სიყვარულის პროტოტიპებს წარმოადგენენ (Katz, 2005). კატზის მთავარი სათქმელი არის ის, რომ იმ შემთხვევაშიც კი, როდესაც წინადადება წარმოდგენილია კონტექსტის გარეშე, მისი აღქმა დიდად არის დამოკიდებული იმაზე, თუ როგორ პირობებში იქნა ის წარდგენილი მსმენელის/მკითხველის წინაშე. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ბუნდოვანი კონტექსტის პირობებში ადამიანები თავად ქმნიან კონტექსტს, ზოგად ცოდნაზე დაყრდნობით,

<sup>13</sup> „ის ნამდვილი აბერალდია მისი ელოიზასთვის“ (Katz,2005; Colston, Katz 2013, p183)

<sup>14</sup> «ის ნამდვილი რომეოა თავისი ჯულიეტასთვის” (Katz,2005; Colston, Katz 2013, p184)

იმისთვის, რომ ნათქვამიდან შინაარსი გამოიტანონ და ენის გამოყენება-აღქმა არასოდეს ხდება კონტექსტის გარეშე.

იმისთვის, რომ გამონათქვამმა ჭეშმარიტ მიზანს მიაღწიოს, ასევე დიდ როლს თამაშობს ისეთი სოციალური სტერეოტიპი, როგორცაა მთქმელის პროფესია. ზემოთ მოყვანილი მაგალითი “He certainly is Romeo to her Juliet” რადიკალურად განსხვავებულ შინაარსობრივ დატვირთვას მიიღებს, თუ მას წარმოთქვამს, ერთის მხრივ მღვდელი, ხოლო მეორე მხრივ კომიკოსი. სოციალური სტერეოტიპი მღვდელსა და კომიკოსთან მიმართებაში ზეგავლენას მოახდენს ერთი და იმავე წინადადების დეკოდირების პროცესზე. მღვდლის მიერ ნათქვამი, შესაძლოა, აღქმულ იქნას მეტაფორად, ხოლო კომიკოსის მიერ თქმულმა, ირონიის ან სარკაზმის ხასიათი მიიღოს. მსგავსი ნიშნები ნამდვილად ახდენენ ზეგავლენას ინტერპრეტაციული პროცესის ფორმირებაზე (Katz, 2005).

კატხის მიხედვით, ჭეშმარიტი კონტექსტის გამოვლენისთვის, სოციალურ-კულტურული სტერეოტიპის საზიარო ფონური ცოდნის ჩამონათვალში შედის ისეთი ფაქტორები, როგორცაა : 1. კომუნიკაციაში მყოფ ადამიანებს შორის ურთიერთობის ფორმა (მეგობრები, კოლეგები...), 2. სოციალური როლების ზეგავლენა (ადამიანების სოციალური სტატუსი, რომელ სოციო-ეკონომიკურ კლასს განეკუთვნებიან), 3. გენდერული ეფექტი (გიბსის თანახმად, სარკასტული რემარკები გაცილებით ხშირად გვხვდება ქალებში, მამაკაცებთან შედარებით (Gibbs, 2000), 4. საქმიანობის სფერო. მაგალითად, ჰოლტგრევის კვლევის თანახმად (Holtgraves, 1997), საეკლესიო პირები, ექიმები და მასწავლებლები ყოველდღიურ საუბარში მეტწილად მიდრეკილნი არიან საუბარში მეტაფორის გამოყენებისკენ, ხოლო პოლიტიკოსები, კომიკოსები და პოლიციის თანამშრომლები უფრო ხშირად იყენებენ ირონიას (Holtgraves, 1997, Katz, 2005).

### ***1.8. ირონიის ასიმეტრიის საკითხის გაბათილება და „შემაერთებელი კონტენტის“ კონცეფცია.***

ირონიის ასიმეტრიის საკითხი დადგა მაშინ, როდესაც ენათმეცნიერები დააკვირდნენ ირონიულ გამონათქვამებს და მივიდნენ იმ დასკვნამდე, რომ არსებობს როგორც ნეგატიური, ასევე პოზიტიური ირონია. ირონიის ასიმეტრიის საკითხი ავლენს, თუ რომელი მათგანი გვხვდება უფრო ხშირად/იშვიათად და რატომ (Sperber & Wilson 1981/2012; Clark & Gerrig 1984; Kumon Nakamura et al. 1995). ვიდრე ამ ასიმეტრიის საკითხს განვიხილავთ, განვმარტოთ თუ რა არის პოზიტიური და ნეგატიური ირონია. ნეგატიურ ირონიად ითვლება ირონიული გამონათქვამი, რომელიც ვერბალურ ქებას, ან პოზიტიურ სიტყვიერ ფორმულირებას შეიცავს, მთქმელის დამოკიდებულება კი კრიტიკის შემცველია, ანუ კონტექსტურად ნეგატიური. პოზიტიური ირონია კი პირიქით, ვერბალური ფორმულირებით უარყოფითია, მაგრამ მთქმელის დამოკიდებულება და საკომუნიკაციო მიზანი- პოზიტიური (Sperber & Wilson 1981/2012; Clark & Gerrig 1984; Kumon Nakamura et al. 1995). სპერბერისა და უილსონის თანახმად, ირონია, ძირითადად გამოიყენება კრიტიკის მიზნით და მხოლოდ განსაკუთრებული გარემოების შემთხვევაში ის გვხვდება როგორც ქება. ამ იდეის დასტურად და ირონიის ასიმეტრიის საკითხის საილუსტრაციოდ, განვიხილოთ მაგალითები:

ა) „It will probably rain tomorrow“<sup>15</sup>, ამბობს ჯეინი, რომელიც მუშაობდა მეტეოროლოგად ადგილობრივ ტელევიზიაში. მომდევნო დღეს კი, თბილი და მზიანი ამინდია; ჯეინის მეგობარი ნენსი გაიხედავს ფანჯარაში და ამბობს: “This certainly is awful weather.”<sup>16</sup>. (Wilson & Sperber 2012: 127)

ბ) წარმოიდგინეთ, რომ გყავთ მეგობარი, რომელიც გავიდა გამოცდაზე და თავდაუჯერებლობის გამო, ექვი აქვს, რომ ჩაიჭრა. ის გეუბნებათ: “I’m going to fail this exam. I did it all wrong”<sup>17</sup>, რამდენიმე დღის შემდეგ აღმოჩნდება, რომ მან გამოცდა არა თუ ვერ ჩააბარა, არამედ პირიქით, კარგი ქულაც კი აიღო. თქვენ პასუხობთ : “Oh yes, you have failed, you did it all wrong, you are a very bad student!”<sup>18</sup> (Alba-Juez 1995, p. 11)

<sup>15</sup> “ზვალ სავარაუდოდ იწვიმებს“ (Wilson & Sperber 2012: 127)

<sup>16</sup> “ჰო, ნამდვილად საშინელი ამინდია“ (Wilson & Sperber 2012: 127)

<sup>17</sup> „ამ გამოცდას ვერ ჩავაბარებ. ყველაფერი არასწორად მიწერია“ (Alba-Juez 1995, p. 11)

<sup>18</sup> „ჰო, რა თქმა უნდა, გამოცდაში ჩაიჭერი, ყველაფერი არასწორად დაწერე. ძალიან ცუდი სტუდენტი ხარ!“ (Alba-Juez 1995, p. 11)

გ) ნენსი და ჯეინი გეგმავენ სანაპიროზე გასეირნებას. “Tomorrow will probably be a beautiful weather”<sup>19</sup>, ამბობს ჯეინი, რომელიც მეტეოროლოგად მუშაობს სატელევიზიო სადგურზე. მომდევნო დღეს ამინდი არის ცივი და წვიმიანი. ნენსი გაიხედავს ფანჯარაში და ამბობს: „This certainly is beautiful weather!”<sup>20</sup>

მაგალითი (ა) პოზიტიური ირონიის ამსახველია, სადაც ნენსი, ვერბალური გამოვლინებით ჩივის ცუდი ამინდის გამო, ირონიულად კომუნიცირებს პოზიტიურ დამოკიდებულებას/შინაარსს- ამინდი იდეალურია სანაპიროზე გასასეირნებლად. ეს არის მაგალითი, რომელსაც ტიპიურად განიხილავენ პოზიტიური ირონიის ჭრილში, სადაც ირონია ქების ფუნქციას ასრულებს. ამ შემთხვევაში ქება ამინდთან მიმართებაში განიხილება და გამოვლენილია უარყოფითი ვერბალური ღირებულებით დადებითი კონტექსტის გადმოსაცემად; იგივე შეიძლება ითქვას (ბ) მაგალითზე, იმ განსხვავებით, რომ აქ ქება ადამიანსკენაა მიმართული. პირველი ორი მაგალითის საპირწონედ (გ) მაგალითი არის ნეგატიური ირონია, სადაც კრიტიკის ამსახველი კონტექსტი გამოვლენილია დადებითი ვერბალური ფორმულირებით- „ჰო, ნამდვილად კარგი ამინდია“ ამბობს მთქმელი, როდესაც გარეთ წვიმს და ცივა (Garmendia, 2018).

სპერბერისა და უილსონის თანახმად, ნეგატიური ირონიის მაგალითები გაცილებით უფრო ხშირად გვხვდება, ვიდრე პოზიტიურისა, რაც აყენებს ასიმეტრიის საკითხს. აღნიშნული ავტორები ამ მომენტს ხსნიან ექოს თეორიით Sperber & Wilson, 1981). მთქმელი ექოიკურად ეხმიანება სხვადასხვა სახის წყაროებს, კონკრეტულს ან ზოგადს, აშკარად გამოხატულს ან ნაგულისხმევს. ამას გარდა, დადებითი ირონია, როგორც წესი, საჭიროებს წყაროს ექოიკური ხსენებისთვის მანამდე გამოთქმული ექვის სახით, მაშინ როდესაც ნეგატიური ირონია ასეთ „წყაროს“ არ საჭიროებს. სწორედ ეს არის მიზეზი იმასა, თუ რატომ არის პოზიტიური ირონია უფრო იშვიათი (Garmendia, p. 93)

<sup>19</sup> „ხვალ კარგი ამინდი უნდა იყოს“ (Alba-Juez 1995, p. 11)

<sup>20</sup> “ჰო, ნამდვილად კარგი ამინდია!” (Wilson & Sperber 2012: 128)

კლარკი და გერიგი ასიმეტრიის საკითხს ხსნიან თვალთმაქცობის თეორიით (Clark & Gerrig, 1984). სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, მთქმელი თვალთმაქცობს და ირგებს გულუბრყვილო ადამიანის როლს (Garmendia, 2018).

ასევე, კუმონ-ნაკამურა და თანაავტორები პოზიტიური ირონიის ასიმეტრიის საკითხს ხსნიან ალუზიური თვალთმაქცობის თეორიით (Kumon-Nakamura et al., 1995), სადაც ირონია ალუზიურად ეხმიანება მანამდე გამოთქმულ წინასწარმეტყველებას, მოსაზრებას ან მოლოდინს, რომელიც საპირისპიროდ ასრულდა. ამ თეორიის ავტორების თანახმად, დადებითი მოლოდინები უფრო ხშირია, ვიდრე უარყოფითი, მიზეზი, რის გამოც ნეგატიური ირონია ჭარბობს (Garmendia, 2018, p.95).

საინტერესოა გარმენდიას აზრი, რომელიც ეჭვქვეშ აყენებს ირონიის ასიმეტრიის საკითხს და ამბობს, რომ პოზიტიური ირონია საერთოდ არ არსებობს (Garmendia, 2018). მას შემოაქვს „შემაერთებელი კონტენტის“ (bridge content) ცნება, რომელიც კონტექსტუალურად „ეხიდება“ მსმენელს, რომ ეს უკანასკნელი სწორად მიხვდეს ირონიულ განზრახვას. „ხიდი“, ანუ „შემაერთებელი კონტენტი“ აზრობრივ კავშირს ქმნის ნათქვამსა და ნაგულისხმევს შორის და ის, როგორც წესი, ყოველთვის უარყოფითია (Garmendia, 2018). „მე ვერ ვიქნები ირონიული იმ შემთხვევაში, თუ ჩემმა ნათქვამმა არ გამოხატა განსჯის ან განკითხვის შინაარსი, ან არ გადმოსცა ზიზღის, ან აღშფოთების ემოცია (Grice 1967b/89: 53–54). სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ირონიული გამონათქვამის დროს, მთქმელი გამოხატავს ერთგვარ კრიტიკას, ან „უარყოფითად შემფასებლურ წინასწარგანწყობას“ (Garmendia, 2010, p. 403).

წარმოდგენილი ნაშრომი არ უარყოფს პოზიტიური ირონიის არსებობას (ქების გამოხატვა კრიტიკით), თუმცა, შესწავლილ მაგალითებზე დაყრდნობით, ჩვენ ვიზიარებთ გარმენდიას მოსაზრებას, რომლის მიხედვით, ირონია „ყოველთვის და ძირითადად უარყოფითია, და პოზიტიური ირონიის შემთხვევებშიც კი დასდევს უარყოფითი კონტექსტუალური ელფერი“ (Garmendia, 2018, p 102). იმ შემთხვევაშიც კი, როდესაც მოსაუბრე პოზიტიურად ირონიულია, ე.წ. პოზიტიურ მნიშვნელობას აბათილებს პირდაპირი მნიშვნელობა, რაც შედეგად ნათქვამს აძლევს ნეგატიურ

შეფერილობას (Garmendia, 2018). გარმენდიას განსაზღვრებიდან გამომდინარე, ზემოთ მოყვანილ (ა) და (ბ) მაგალითში მთქმელის საბოლოო მიზანია განმკითხავი ტონით მიუთითოს მსმენელს, რომ მან რაღაც ვერ გათვალა, შეცდა, ან რაღაც არასწორად იწინასწარმეტყველა. აქვე, გარმენდიას მოჰყავს სხვა მაგალითი, რომელსაც მიიჩნევენ დადებითი/პოზიტიური ირონიის ამსახველად. ასეთია შეყვარებულებს შორის დიალოგი, სადაც ერთი ეუბნება მეორეს: “I don’t like you at all!”<sup>21</sup>(Haverkate 1990, p. 90). გარმენდია მყარად რჩება თავის პოზიციასზე და მას განამტკიცებს გრაისის მოსაზრებით, რომლის თანახმად, მსგავსი გამონათქვამები შეხუმრების ელფერს ატარებს და სრულებითაც არ არის ირონიული (Grice 1967b/89: 54). ჩვენ, შესაძლოა, ვუთხრათ საყვარელ ადამიანს, რომ ის არ მოგვწონს და ვგულისხმობდეთ საპირისპიროს, მაგრამ ასეთი შემთხვევა ჩაითვლება შეხუმრებად და არა ირონიის გამოვლინებად (Garmendia 2018).

### ***1.9. ირონიის სოციალური ფუნქცია და „ირონია, როგორც ემპათიური მოწოდება დადებითი ცვლილებისკენ“***

ირონიის თეორიული განხილვის შემდეგ მივედით ჩვენთვის მომდევნო მნიშვნელოვან თემასთან-ეს არის ირონიის სოციალური ფუნქცია მისი სოციო-პრაგმატიკული როლის თვალსაზრისით. უნდა აღინიშნოს, რომ ირონიის კვლევა ამ კუთხით შედარებით ახალი მიმართულებაა. აქამდე განხილვის საგნად აღებული იყო ირონიის ფენომენის ახსნა და მისი კონტექსტი, რაც არასაკმარისი იყო, რადგან ირონია იმაზე მეტია, ვიდრე უბრალოდ კონტექსტი. კერძოდ, ისმის კითხვა- რატომ უნდა დასჭირდეს მთქმელს ირონიის დისკურსით საუბარი, თუ გავითვალისწინებთ, რომ ირონია ორაზროვანია და აზრის ისე გაგება, როგორც მთქმელმა “ჩაიფიქრა,” წარმოადგენს რისკ-ფაქტორს? ამ შეკითხვებზე არის პასუხი “გადაკრული აზრის” ჰიპოთეზის სახელწოდებით, რომლის თანახმადაც, ირონია გამოიყენება მთქმელის მიერ გამოთქმული კრიტიკის ან გაკიცხვის შერბილების მიზნით. ამ ჰიპოთეზის განსამტკიცებლად დიუსსა და უინერთან (Dews & Winner, 1995) ვხვდებით მაგალითებს,

---

<sup>21</sup> „სრულებითაც არ მომწონხარ“ (Haverkate 1990, p. 90).

რომლებიც ამტკიცებენ, რომ ვერბალური ირონია ნაკლებად ნეგატიურად აღიქმება, ვიდრე პირდაპირი კრიტიკა. ექსპერიმენტმა აჩვენა, რომ მოსაუბრეები, პირდაპირ ნათქვამთან შედარებით, ირონიის გამოყენებას ანიჭებდნენ უპირატესობას იმ მიზნით, რომ ნათქვამი ჟღერდეს უფრო სახალისოდ, შეარბილოს შეურაცხმყოფელი კრიტიკა და მთქმელმა არ “გაიფუჭოს” ურთიერთობა ადრესატთან.

ირონიის სოციალური როლის განსაზღვრისთვის საინტერესოა კოტჰოფის ნაშრომი (Kotthoff, 2003), სადაც შემოთავაზებულია ვერბალური ირონიის სოციალური ფუნქციისა და მისი შემეცნების ხარისხის ახლებური ლინგვისტური ხედვა. აქ წარმოდგენილია ორი განსხვავებული ტიპის ფორმალური (სატელევიზიო დებატები) და არაფორმალური (სადილი მეგობრების წრეში) ინტერაქციული კონტექსტის ანალიზი. კვლევამ აჩვენა, რომ არაფორმალურ გარემოში ირონიული ნათქვამი აღიქმება იუმორისტული ქმედების კატალიზატორად. ფორმალურ კონტექსტში კი ირონიის მიზანია დააკმაყოფილოს საზოგადოებრივი საჭიროება, რაც ავლენს ვერბალური ირონიის სიტუაციურ ხასიათს (Kotthoff, 2003).

ირონიის სოციალური ფუნქციის საკითხის განხილვის მიზნით დიუსი, კაპლანი და უინერი სტატიაში „Why not say it directly? The social functions of Irony” (Dews et. al., 2009, ავტორები გამოყოფენ ირონიის ფუნქციის ოთხ კატეგორიას. ესენია: 1) იუმორი, 2) სოციალური სტატუსის ამაღლება, 3) აგრესია, 4) ემოციური კონტროლი.

**ირონია იუმორით**, როგორც “მწარე” აზრის “დატკბობის” საშუალება, საკმაოდ ხშირად გამოყენებული კატეგორიაა. განსაკუთრებით იმ შემთხვევაში, თუ მთქმელს უნდა მისი ნათქვამი ჟღერდეს სახალისოდ რაიმეს ან ვინმეს გაკრიტიკების დროს. პირდაპირი ნათქვამი არ ართობს მსმენელს და მოსაწყენია. ხოლო იუმორში ირონია კი არის უნივერსალურ საშუალება. ის არასასიამოვნო მოსასმენია, მაგრამ იმსახურებს კეთილგანწყობას, რაც წარმოადგენს კიდევაც ამ ტიპის ირონიის სოციალურ ფუნქციას (Dews et.al, 2009, p.298-300).

**ირონია სტატუსის ამაღლების საშუალებით.** აქ მოიაზრება ვერბალური ირონიის ისეთი ფორმა, როდესაც პიროვნების ან სიტუაციის გაკრიტიკების დროს, მთქმელი

იმადლებს სტატუსს ადრესატის რეპუტაციის დამდაბლების ხარჯზე, მიუთითებს რა ადრესატს “შეცდომებსა და შეცოდებებზე”. კერძოდ, როგორ უნდა მოქცეულიყო საპირწონედ იმისა, თუ როგორ მოიქცა (Dews et al., 2009, p.298-300 ).

**აგრესიული ირონია.** ვებსტერის ლექსიკონის განმარტების თანახმად, ირონია წარმოადგენს კრიტიკის განსაკუთრებულად არასასიამოვნო ფორმას, რომელიც უფრო შეურაცხყოფელია, ვიდრე ნეგატიური აზრის პირდაპირი გამოხატვა. ირონიას აღწერენ, როგორც “მსხვერპლზე” დაცინვის და მისი დამცირების საშუალებას. აგრესიული ირონიის საკომუნიკაციო მიზანი არის დაცინვის აგრესიული ფორმა (ეს არის სარკაზმში გადასული ირონია). სარკასტულ ირონიას სწორედ ამ სოციალური ფუნქციის ნიშნით გავზომავთ (Dews et.al, 2009, p.298-300).

**ირონია ემოციური კონტროლის საჩვენებლად.** ეს კატეგორია წარმოადგენს ემოციების კონტროლის დემონსტრაციას. მას ახასიათებს აუღელვებელი, თანაბარი ტემბრი. აქ ირონიის ავტორი იყენებს სიტყვიერად დადებით და შინაარსობრივად “გამასხარავების” ხელოვნებას ემოციის კონტროლის ფონზე. ამ ჰიპოთეზის თანახმად, ირონიული შენიშვნა პირდაპირ კრიტიკასთან შედარებით, უფრო რბილად უნდა იქნას აღქმული მსმენელის/მკითხველის მიერ და შესაბამისად, ადრესატმა ნაკლებად შეურაცხყოფილად უნდა იგრძნოს თავი ( Dews et al, 2009, p.298-300).

**ემპათიური მოწოდება ცვლილებისკენ.** ფაბიანის თანახმად, ირონიას აქვს სოლიდარული გარემოს შექმნის უნარი (Fabian, 2006). ფაბიანის დაკვირვებისა და ემპირიული მასალის, კერძოდ დეკმანის ინსტაგრამ გვერდის შესწავლის შემდეგ (რომელსაც კვლევით კომპონენტში დაწვრილებით განვიხილავთ), დიუსისა და კოლეგების მიერ აღწერილ ირონიის სოციალური ფუნქციის 4 კატეგორიას (იუმორი, სტატუსის ამადლება, ემოციური კონტროლი, აგრესია) (Dews et al., 2009) ჩვენ დავუმატეთ მეხუთე კატეგორია- „ემპათიური მოწოდება დადებითი ცვლილებისკენ“. ეს არის ირონია, რომელიც მიუთითებს ადამიანს შეცდომებზე. ის რეალობაზე თვალის ახელის მიზნით, ემპათიით მოუწოდებს მას შეცვალოს თავისი ცხოვრება.

### *1.10. სარკასტული ირონიის კონცეფცია, ანუ სარკაზმი როგორც ირონიის უკედურესი გამოვლინების ფორმა*

მიუხედავად იმისა, რომ უამრავი შრომა დაწერილა სარკაზმისა და ირონიის შესწავლის მიმართულებით, ენათმეცნიერების წინაშე დღემდე სადავო საკითხია, არის თუ არა ირონია და სარკაზმი ფიგურალური გამოთქმის დამოუკიდებელი ფორმები, თუ ეს უკანასკნელი პირველის გამძაფრებულ, მეტად დრამატულ ვარიანტს წამოადგენს (McDonald, 1999; Toplak & Katz, 2000). სარკაზმის, როგორც ირონიის ერთ-ერთ ფორმად აღქმის შემთხვევაში, ენათმეცნიერებს შემოჰყავთ „სარკასტული ირონიის“ ცნება, რომელიც სარკაზმს არ გამოჰყოფს ირონიისგან, თუმცა მიუთითებს მათ შორის განსხვავებაზე (Toplak & Katz, 2000).

ირონიის სარკაზმისგან გარჩევა ხშირად რთულია და დამოკიდებულია კონტექსტზე, მსმენელსა და მთქმელს შორის ურთიერთობის ფორმაზე, კერძოდ, თუ რამდენად ახლო ურთიერთობა აქვთ მათ. ტოპლაკის თანახმად (Toplak, 2000), სარკაზმი უფრო შეურაცხმყოფელია, ვიდრე ირონია; ის სახეზე თავდასხმას და ღია შეურაცხყოფას ისახავს მიზნად. მაშინ, როდესაც ირონია უფრო შეფარულია ამ განზრახვით და მსმენელი უნდა მიხვდეს სპეციალური მინიშნებების სახით, რომ მას აკრიტიკებენ, დასცინიან ან განიკითხავენ. სარკაზმის ირონიისგან გარჩევაში ხშირად გვეხმარება კომუნიკანტების სახის გამომეტყველება, ხმის ტონი და სხვა პარალინგვისტური ფაქტორები (Toplak, 2000).

ატარდო (Attardo, 2000) ეკუთვნის ლინგვისტების იმ ჯგუფს, რომლებიც სარკაზმს მიაკუთვნებენ ირონიის უკიდურესად აგრესიული გამოვლინების კატეგორიას. მისი აზრით, სარკაზმი არის „ღიად აგრესიული ირონიის“ ფორმა, საპირისპიროდ ფარული, შენიღბული აგრესიისა (Attardo, 2000). ამ მხრივ, ატარდო მიჰყვება ლონგისა და გრესერის დეფინიციას, რომელთა თანახმად, სარკაზმი არის ირონიული კრიტიკის ფორმა, რომელიც სამიზნედ ირჩევს კონკრეტულ ინდივიდს და განიზრახავს მის გაქილიკებას, მკაცრი საყვედურით დასჯას, ჭკუის სწავლებას (Long & Graesser, 1988). მაკდონალდი იზიარებს ამ თეორიას და ამბობს, რომ სარკაზმი ირონიული დისკურსის ერთ-ერთი ფორმაა, რომელიც, ჩვეულებრივ, გამოიყენება დაფარული კრიტიკის გამოსახატად და

მისი სამიზნე/მსხვერპლი კონკრეტული ადამიანია (McDonald 1999). მომდევნო წელს, ტოპლაკი და კატზი აგრძელებენ სარკაზმის ამავე ჭრილში განხილვას სარკასტულ ირონიაზე საუბრისას და ასკვნიან, რომ სარკაზმი ვერბალური აგრესიის გამოხატვის ფუნქციით გამოიყენება და ჰყავს კონკრეტული მსხვერპლი. აღნიშნულ ავტორებთან, სარკაზმი პირდაპირ გამოთქმულ კრიტიკასთან შედარებით, უფრო მძაფრი დამრახვის ფორმას წარმოადგენს (Toplak & Katz, 2000). მეორეს მხრივ დოფინთან (Dauphin, 2000) ვხვდებით შემდეგ მითითებას- ირონიის გამოყენების მიზეზი და გარემოება, შესაძლოა იყოს არაცნობიერი და წინასწარგანუზრახავი, ხოლო სარკაზმს მთქმელი ყოველთვის გამიზნულად და გაცნობიერებულად იყენებს, ის არასოდეს არის შემთხვევითი. გარდა ამისა, დოფინის თანახმად, ირონიული, შესაძლოა იყოს ადამიანი ან სიტუაცია, მაგრამ არ არსებობს სიტუაციური სარკაზმი, მხოლოდ პიროვნება შეიძლება იყოს სარკასტული (Contreras et al., 2011).

კვლევაში ვემხრობით და მივყვებით ლინგვისტიკის ზემოთ აღნიშნულ ჯგუფს, რადგან მიგვაჩნია, რომ სარკაზმი და სარკასტული ირონია ურთიერთჩანაცვლებადი ტერმინებია (McDonald, 1999; Leech, 1983; Slugoski & Turnbull, 1988, Attardo, 1999). სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, წინამდებარე ნაშრომში სარკაზმის მნიშვნელობა გათანაბრებულია „სარკასტული ირონიის“ ცნებასთან, ხოლო სარკაზმი წარმოადგენს ირონიის კატეგორიას, რომელიც მიმართულია მხოლოდ ადამიანის მიმართ და წარმოადგენს განკითხვის უფრო მძაფრ, აგრესიულ ფორმას (McDonald, 1999, Leech, 1983; Slugoski & Turnbull, 1988, Attardo, 1999). სარკასტული ირონიის ფორმებად ემპირიულ მასალაში განხილული იქნება ისეთი მაგალითები, რომელიც ატარებს ღიად აგრესიულ ხასიათს ვერბალური, ვიზუალური და პროსოდიული მარკერით (Attardo, 2000), მიმართულია პიროვნების (და არასოდეს სიტუაციის) მიმართ (McDonald 1999, Toplak & Katz, 2000) ატარებს აშკარა თავდასხმის ხასიათს და არის მთქმელის მხრიდან წინასწარგანუზრახული (Dauphin, 2000). სარკასტული ირონიის აღნიშნული პარამეტრით განსაზღვრისას ჩვენ დავყვარდნობით დოფინის, მაკდონალდის, ატარდოს, ტოპლაკისა და კატზის აღნიშნულ კვლევებს (McDonald 1999; Dauphin, 2000; Toplak & Katz, 2000; Attardo, 2000).

### 1.11. სარკაზმის ტრადიციული განმარტების შესახებ

მაკდონალდი სარკაზმის განმარტების ტრადიციულ ვერსიად გრაისის განმარტებას ასახელებს (McDonald, 1999; Grice, 1975, 1978). ვიდრე უშუალოდ სარკაზმის ტრადიციულ განმარტებას განვიხილავთ, ნიშანდობლივია აღვნიშნოთ, რომ სარკაზმი აღნიშულ სტატიაში ირონიის უკიდურეს კატეგორიად არის მიჩნეული. ის ემთხვევა ირონის ტრადიციული განმარტების ვერსიას, ხოლო თავად ტერმინები- ირონია და სარკაზმი, სინონიმური მნიშვნელობით არის გამოყენებული. გრაისის ტრადიციული განმარტების თანახმად, მსმენელს თავდაპირველად ესმის სარკასტული კომენტარის პირდაპირი მნიშვნელობა და ამავდროულად აღმოაჩენს, რომ აღნიშნული მნიშვნელობა ეწინააღმდეგება ფაქტს. ამ დროს ირღვევა გრაისის ხარისხის მაქსიმა, რომელიც ასევე ცნობილია „თვისობრივი“ მაქსიმის სახელწოდებით<sup>22</sup>. შემდეგ მსმენელი ასკვნის, რომ მთქმელის მიერ შემოთავაზებული დარღვევა მიზნობრივია. ამ მიზეზით მისი ყურადღება ექცევა კონტექსტს, რომელიც წარმოადგენს მთქმელის „ნამდვილ სათქმელს“, და რომელიც პირდაპირი ნათქვამის საწინააღმდეგო აღმოჩნდება (McDonald, 1999). ამგვარად, სარკაზმის ინტერპრეტაცია გადის ორ ფაზას: 1. პირდაპირი ნათქვამის შემეცნება, 2. ფაქტთან წინააღმდეგობრიობის გამო, მისი უარყოფა და ჩანაცვლება მეორადი, არაპირდაპირი მნიშვნელობით (McDonald, 1999; Gordon & Lakoff, 1975; Levinson, 1983; Searle, 1975). სარკაზმის ასეთი განმარტება კრიტიკის საგანი გახდა, რადგან ის ვერ ასახავს სარკასტული გამონათქვამების მნიშვნელობის მრავალფეროვნებას (Kruezer & Glucksberg, 1989). ნიმუშისთვის ავიღოთ ისეთი სარკასტული მაგალითი, რომელიც ერთდროულად გულწრფელიცაა და ირონიულიც; დედა დგას შვილის უსუფთაო ოთახში, უყურებს არეულობას და ამბობს: „მიყვარს ბავშვები, რომლებიც ზრუნავენ საკუთარი ოთახის სისუფთავეზე“. აღნიშნული მაგალითი გულწრფელიცაა და ირონიულიც (Gibbs & O'Neill, 1991). გამონათქვამი „რა მშვენიერი ამინდია პიკნიკისთვის“, ერთის მხრივ, შესაძლოა გულისხმობდეს პირდაპირი მნიშვნელობის

<sup>22</sup> „თვისობრივი ან ხარისხის მაქსიმა (maxim of quality) მოითხოვს მხოლოდ იმის თქმას, რაშიც მთქმელი კომპეტენტურია და სჯერა რომ მისი ნათქვამი სიმართლეა“ (ქენჯაძე, 2014, გვ. 24)

საპირისპიროს (საშინელი ამინდია პიკნიკისთვის), და ამავდროულად აკრიტიკებდეს მსმენელს, რომ მან გამოიჩინა გარეთ გასეირნების ინიციატივა და ბრალს სდებდეს მოსაუბრეს არაკომფორტული სიტუაციის შექმნის გამო (Sperber & Wilson, 1987).

საბოლოოდ, მაკდონალდი აღნიშნავს, რომ გრაისის მიერ სარკაზმის/ირონიის ფორმულირებას სერიოზული ნაკლი აქვს, რადგან ის ვერ აღწერს თუ რამდენად მნიშვნელოვანია მთქმელის დამოკიდებულება და მისი ემოცია ნათქვამის მიმართ კონტექსტის დეკოდირებისთვის. მიუხედავად იმისა, რომ გრაისი აღიარებდა, რომ წარმატებული ირონია მჭიდრო კავშირშია მთქმელის ემოციებსა თუ დამოკიდებულებასთან, მისი თეორია მხოლოდ სიტყვების მნიშვნელობის შებრუნებაზე (ინვერსიაზე) იყო კონცენტრირებული (Grice, 1978), და ემოციურ მხარეს (დამოკიდებულების საკითხს- speaker's attitude) უგულველყოფდა (McDonald, 1995).

სარკაზმის ტრადიციულ განმარტების მიხედვით სარკაზმის აღქმის დროს წინადადების პირდაპირი მნიშვნელობა უარიყოფა და ნაცვლდება ალტერნატიული ვარიანტით. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, მაკდონალდი ეწინააღმდეგება მნიშვნელობათა ჩანაცვლების საკითხს, რადგან მიაჩნია, რომ პირდაპირი მნიშვნელობა არსად ქრება და მეტიც, ის ზეგავლენას ახდენს ინტერპრეტაციის პროცესზე (McDonald, 1995).

ტრადიციული პოზიციის მოდიფიკაციის სახით, შეიძლება ითქვას, რომ სარკასტული კომენტარის, „რა მშვენიერი ამინდია,“ პირდაპირი მნიშვნელობა მყისიერად უარყოფილი კი არ არის, არამედ შენარჩუნებულია დეკოდირების პროცესში, რათა გამოყენებულ იქნას, როგორც ფაქტთან შეუსაბამობის ამსახველი რეფერენტი. პირდაპირი და მეორადი მნიშვნელობის თანაარსებობა (და არა ჩანაცვლება, როგორც ამას ტრადიციული განმარტება გვთავაზობს) ხაზს უსვამს მათ შორის წინააღმდეგობრიობის არსებობას, რაც წარმოადგენს სარკაზმის ინტერპრეტაციისა და დეკოდირების საფუძველს და ხდება მყისიერად (McDonald's, 1995).

### ***1.12. სარკაზმის არათავაზიანობის თეორია***

სარკაზმი, პოპულარული კვლევების თანახმად, აღიქმება როგორც თავაზიანობის პრაგმატიკული კატეგორიის საპირისპირო, ანუ არათავაზიანობის გამომხატველი ცნება. მიუხედავად უამრავი შრომებისა, სარკაზმის არათავაზიანობის კატეგორია დღემდე წარმოადგენს კულტურათაშორისი პრაგმატიკის კვლევის ერთ-ერთ აქტუალურ და პრობლემატურ საკითხს. სარკაზმის არათავაზიანობის თეორიას სახეზე მუქარის/შეტევის ან სახის რღვევის აქტს უკავშირებენ. ვიდრე ამ საკითხზე განვადრძობთ მსჯელობას, მნიშვნელოვანია ვახსენოთ, თუ რა იგულისხმება „სახის“ ცნებაში. მისი ავტორია გოფმანი, რომელსაც 1967 წლის ნაშრომში შემოაქვს ტერმინი „სახე“ და მასთან დაკავშირებული პრობლემატიკა (Goffman, 1967). იგი ამბობს, რომ ეს არის ის ცერემონიალური ჟესტები, რომელსაც ადამიანები გამომეტყველებით ავლენენ პირისპირ საუბრის დროს. გოფმანი ამტკიცებს, რომ სიტუაციაში, სადაც ინტერპერსონალური კომუნიკაცია მიმდინარეობს პირისპირ, ადამიანები ასრულებენ მსახიობის ფუნქციას, თამაშობენ გარკვეულ როლს, რომელიც მათ საშუალებას აძლევთ, შეინარჩუნონ თავიანთი „სახე“, იმიჯი მოსაუბრის ან აუდიტორიის თვალში (Goffman, 1967/1999/2020). აქვე უნდა გვესმოდეს, რომ ნიღბის ტარება არ არის ადამიანის „ბუნებრივი“ მდგომარეობა, არამედ ეს არის კონდიცია, რომელსაც შეიძლება ვუწოდოთ „სახის სამუშაო მდგომარეობა“. ეს იმიტომ ხდება, რომ სოციალიზაციის ნორმა ეფუძნება არა თითოეული ადამიანის, როგორც პიროვნების ურთიერთმიმდებლობას, არამედ ეს არის დროებითი სიტუაცია, რომელიც მოითხოვს საზოგადოებაში მიღებული ქცევის წესების დაცვას. სოციალური ნიღბის ტარება არ არის სოციალური ინტერაქციის არსი. ეს არის მხოლოდ ინსტრუმენტი, რომელიც კონკრეტულ სოციუმში არის მიღებული და რომელსაც ადამიანი იყენებს იმისათვის, რომ თავი საუკეთესოდ წარმოაჩინოს (Coffman, 1967/1999/2020).

როგორც ზემოთაღნიშნული „სახის სამუშაო მდგომარეობის“ (working state) განმარტებიდან ჩანს, „სახის“ ცნებაში იგულისხმება პიროვნება, ხოლო „სახის რღვევის“ ან სახეზე თავდასხმის/შეტევის ცნებას ვხვდებით სწორედ სარკაზმის რეალიზაციის დროს, რომელიც წარმოადგენს კიდევაც არათავაზიანობის განხორციელების აქტს. სხვადასხვა კვლევის თანახმად (მ.რუსიეშვილი, 2011, Goffman, 1967), არათავაზიანობა უკავშირებდა მსმენელის „სახის რღვევისა“ და „სახეზე შეტევის“ მცდელობის მოტივს.

თუმცადა, ექსპლიციტურად არათავაზიანი შენიშვნა შესაძლოა არც იყოს დაკავშირებული მოსაუბრის პიროვნული შუღლის ან ღვარძლის გამოხატვასთან და ამდენად, სულაც არ ისახავდეს მიზნად მსმენელის შეურაცხყოფას (Goffman, 1967). ამ ტიპის რემარკად გოფმანს მოჰყავს მასწავლებლის მიერ მოწაფისათვის მიცემული კრიტიკული შენიშვნა და ე.წ. უნებლიე არათავაზიანობის შემთხვევები, როდესაც მოსაუბრეს არა აქვს განზრახული მსმენელის სახის რღვევა (Goffman, 1967).

კალპეპერის თანახმად, არათავაზიანობა არის ისეთი კომუნიკაციური სტრატეგია, რომელიც მიზნად ისახავს მსმენელის სახეზე შეტევას, მის რღვევას და შედეგად იწვევს სოციალურ კონფლიქტსა და დისჰარმონიას (Culpaper, 1996). ამავე კვლევის მიხედვით კალპეპერი თავის ერთ-ერთ შემდგომ ნაშრომში თავადვე აყენებს ეჭვქვეშ ამ განმარტების ჭეშმარიტებას. კერძოდ, მისი მომდევნო შრომის თანახმად, თავდაპირველ ნაშრომში არ იყო დაზუსტებული თუ რა იგულისხმება სოციალურ კონფლიქტსა და დისჰარმონიაში. ზემოთ თქმულის გათვალისწინებით, აღნიშნული კვლევა გვთავაზობს კალპეპერის არათავაზიანობის ახალ, მოდიფიცირებულ განმარტებას, რომლის თანახმად „მოსაუბრე ჭეშმარიტად არათავაზიან საკომუნიკაციო აქტს ახორციელებს, როდესაც (1) იგი მსმენელს გამიზნულად აყენებს შეურაცხყოფას, როდესაც (2) მსმენელი მას აღიქვამს როგორც გამიზნულად არათავაზიანს და (3) როდესაც ორივე მომენტი (1 და 2) აქტუალიზდება თანადროულად“ (Culpaper, 2008). ცხადია, ძირითადი სიახლე კალპეპერის ბოლო განმარტებაში, როგორც თავად ავტორიც აღნიშნავს, არის არა მარტო მოსაუბრის, არამედ მსმენელის პოზიციის გათვალისწინებაც. მართლაც, გამოთქმა შეიძლება არათავაზიანად ჟღერდეს, მაგრამ მსმენელმა ან არ აღიქვას იგი ასეთად, ან მისი დეკოდირების პროცესში იფიქროს, რომ მოსაუბრის მიზანს არ წარმოადგენდა არათავაზიანობა და, შესაბამისად, არ მიიჩნიოს იგი არათავაზიანად. ორივე შემთხვევაში, პროპოზიციის რეალური განზრახვა და მისი ჭეშმარიტი რეგისტრი დაზუსტდება კონტექსტში (მ. რუსიეშვილი, 2008).

უილსონი და სპერბერი სარკაზმს, როგორც არათავაზიანობის კატეგორიას, განიხილავს ირონიის ერთ-ერთი ფორმად, რომელიც მიზნად ისახავს მსმენელის

გულისტკენას, ანუ სახის რღვევას (მ.რუსიეშვილი, 2011) და გულისხმობს მის იმპლიციტურ კრიტიკას, ხოლო, უკიდურეს შემთხვევებში, კი ზიზღისა და ათვალწუნების ექსპლიციტურად გამოხატვას (Wilson & Sperber, 1992).

ჩვენი აზრით, სარკაზმის განხილვა ირონიის ერთ-ერთ სახედ მართებულია, რადგან წარმატებული ირონიის მიზანიც, შესაძლოა, იყოს მსმენელის გულისტკენა, თუმცა სარკაზმისგან განსხვავებით ამას გაცილებით უფრო “შენიღბულად და შეფარულად” აკეთებს, რასაც ვერ ვიტყვით სარკაზმზე, სადაც მთქმელი აშკარა თავდასხმას ახორციელებს მსმენელზე და მიზნად ისახავს მისი სახის რღვევას ყოველგვარი შენიღბვის გარეშე; სარკაზმის იდეაც გაცილებით უფრო პირდაპირი და აგრესიულია ირონიისგან განსხვავებით. იგივე შეიძლება ითქვას გამოხატვის ფორმის აუდიო-ვიზუალურ ფაქტორზე.

მ. რუსიეშვილის მიხედვით (მ. რუსიეშვილი, 2011) „სახის რღვევისა და სახეზე შეტევის სტრატეგიები შეიძლება დავუკავშიროთ მაღალი და დაბალი კონტექსტის (ან დადებითი და უარყოფითი თავაზიანობის) კულტურების მოდელებს. ამის მიხედვით მაღალი კონტექსტის (აზიური) კულტურების ყოფაში არსებული ინდივიდი ცხოვრობს საკუთარი სოციალური ქვეჯგუფის ცხოვრების წესებითა და ადათებით. იგი უპირატესად სახის არაპირდაპირ სტრატეგიებს იყენებს და იმდენად უფრო ხის საკუთარ სახეზე პოტენციურ შეტევასაც კი, რომ ცდილობს საჭოჭმანო შემთხვევებში იმოქმედოს თავისი ნდობით აღჭურვილი პირის, მედიატორის მეშვეობით, რომელიც უმტკივნეულოდ მოუგვარებს საქმეს. ამ ტიპის კულტურებში, ურთიერთობის სიმძიმე გადატანილია ქვეტექსტსა და ირიბ აქტებზე. ამის საპირპისპიროდ, დაბალი კონტექსტის (ევროპული და ჩრდილო-ამერიკული) კულტურები დიდ როლს ანიჭებენ ექსპლიციტურ, მეტად თავისუფალ ვერბალურ კომუნიკაციას (Du et.al, 2024). აღნიშნულ სტატიაში ავტორი იზიარებს მოსაზრებას, რომ ძნელად შეიძლება არსებობდეს მაღალი ან დაბალი კონტექსტის კულტურა თანამედროვე გლობალიზაციის ეპოქაში. ამ მხრივ უნდა აღინიშნოს, რომ სოციალურ ქსელში უმეტესად ჭარბობს დაბალი ტიპის სარკაზმის სახე, ყველაზე აგრესიული ფორმების გამოვლინებითაც კი. ამის მიზეზი, სავარაუდოდ

გლობალიზაციის ტენდენციას, რომლის ხელშემწყობი ფაქტორი ნამდვილად არის სოციალური ქსელი. სოციალური ქსელი ფაქტობრივად ერთ დიდ ვირტუალურ სამყაროს წარმოადგენს, სადაც კავშირი არის მყისიერი და არ არსებობს მანძილის ცნება; სოციალური ქსელის ერთი კულტურის “მოქალაქე” მარტივად ირგებს და ითვისებს სხვა ქვეყნის თუ კულტურის თვისობრივ გამოხატულებებს.

### *1.13. სარკაზმის (სარკატული ირონიის) სოციალურ-პრაგმატიკული ფუნქცია*

როგორც უკვე არაერთხელ აღვნიშნეთ, სარკაზმის თეორეტიკოსების მიხედვით, სარკაზმი განიმარტება როგორც დიალოგის ისეთი აგება, რომელიც გამოთქმულის საწინააღმდეგოა (Brown & Levinson, 1978; Grice, 1975, 1978; Jorgenson et al., 1984; Sperber, 1984; Haverkate, 1990). აქედან გამომდინარე, მისი კონცეფცია აიგება „ირიბ უარყოფაზე“, რაც მას მოქნილობას სძენს პირდაპირ ნათქვამთან შედარებით. პრაგმატიკული თვალსაზრისით, ის წარმოადგენს კომუნიკაციის უფრო ეფექტურ ფორმას (McDonald, 1999).

სარკაზმის, როგორც ირონიის უკიდურესი გამოვლინების პრაგმატიკული ღირებულების გამოსავლენად, საინტერესოა განვიხილოთ მაკდონალდის კლინიკური კვლევა თავის ტვინის დაზიანების მქონე პაციენტებში (McDonald, 1999).

აღნიშნულ ნაშრომს სარკაზმის (როგორც ირონიის უკიდურესი ფორმის) დეკოდირების პროცესის კვლევაში მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვს არა მხოლოდ ფსიქოლინგვისტიკის დარგში, არამედ სარკაზმის პრაგმატიკული და სოციალური თეორიის განვითარების მიმართულებითაც (McDonald, 1999). მაკდონალდის განმარტების თანახმად, ირონია და სარკაზმი არის აზრის გამოხატვის არაპირდაპირი ფორმა, რომელიც გამიზნულია აუდიტორიაზე დრამატული ეფექტის მოსახდენად. ირონია ხაზს უსვამს მოლოდინის რღვევას, მოსალოდნელი შედეგიდან გადახვევას. ასეთი შეიძლება იყოს ბედის ირონია, მოვლენების მოულოდნელი და არასასურველი წყობა. სარკაზმი, მეორეს მხრივ, არის ირონიული გამონათქვამის ისეთი ფორმა, რომელიც გამოხატავს აგრესიულ კრიტიკას და აუცილებლად ყავს კონკრეტული მსხვერპლი

ადამიანის სახით. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, სარკაზმი შეიძლება გამოიხატოს მხოლოდ ადამიანის და არასოდეს სიტუაციის მიმართ. მაშინ როდესაც არსებობს სიტუაციური ირონია, ბედის ირონია, იგივეს სარკაზმის კონტექსტით ვერ შევხვდებით (არ არსებობს „სიტუაციური სარკაზმი“ ან „ბედის სარკაზმი“). პოზიტიური სარკაზმი (უარყოფითი სიტყვიერი ფორმულირებით აწყობილი აზრი, რომელიც ქების მიზანს ატარებს) არის იშვიათი ფორმა. იგი მაკდონალდს გაჰყავს მეგობრული ხუმრობის (banter) ან უწყინარი გაჯავრების/გამასხარავების (teasing) კატეგორიაში, რაც, თავის მხრივ, ეხმიანება და უთანაბრდება ლიჩისა და სლუგოსკის განმარტებას (Leech, 1983; Slugoski & Turnbull, 1988). როგორც მაკდონალდი აღნიშნავს, ირონიული გამოხატვის ნებისმიერი ფორმის შემთხვევაში, საკომუნიკაციო ეფექტი მიიღწევა მსმენელის მიერ ნათქვამსა და კონტექსტს შორის მთქმელის ნამდვილი საკომუნიკაციო მიზნის დეკოდირების საფუძველზე. აღნიშნული კვლევა საშუალებას იძლევა გამოძიებულ იქნას სარკასტული ირონიის პრაგმატიკის საკითხები და კოგნიტური მექანიზმი, რომელიც ახლავს მისი დეკოდირების პროცესს (McDonald, 1999).

რაც შეეხება სარკაზმის სოციალურ ფუნქციას, ირიბი საუბრის აღნიშნულ ფორმას აქვს გამონათქვამში თავაზიანობის დონის გაძლიერების როლი (Brown & Levinson, 1978). ჩვეულებრივ, მსმენელი, პირდაპირ ნათქვამთან შედარებით, სარკასტულ კრიტიკას აღიქვამს, როგორც ნაკლებად აგრესიულსა და სერიოზულს (Dews & Winner, 1995; Jorgenson, 1996), ხოლო მთქმელი, მის თვალში, არის ნაკლებად უხეში და უსამართლო (Jorgenson, 1996). თუმცა, მაკდონალდი აღნიშნავს, რომ მიუხედავად იმისა, რომ სარკაზმი შეიძლება მივიჩნიოთ კრიტიკის შედარებით უფრო თავაზიან ფორმად, სწორედ კრიტიკის ელემენტია ის, რაც მსმენელის გამოცდილებას გადააქცევს ნეგატიურად, რადგან სარკაზმის ბირთვში მყოფი კრიტიკის ელემენტი ითარგმნება, როგორც დაძრახვა, განკითხვა, ზიზღი ან დაცინვა (Grice, 1978; Kruez & Glucksberg, 1989; Jorgenson et al., 1984; Sperber & Wilson, 1986). მაკდონალდის აზრით, მიზეზი იმისა, თუ რატომ ანიჭებს მთქმელი უპირატესობას აზრის სარკაზმის ფორმატში გამოხატვას სხვა ფორმებთან შედარებით (მაგ. პირდაპირი ნათქვამი) არის ის, რომ სარკაზმი მას საშუალებას აძლევს სიტყვების თამაშით მოახდინოს დრამატული ეფექტი (Sperber, 1984; Clark & Gerrig, 1984),

ან მისთვის სარკაზმი არის ეფექტური და შედარებით უსაფრთხო მექანიზმი, რომელიც საშუალებას აძლევს გამოხატოს ნეგატიური დამოკიდებულება საკითხის მიმართ (Sperber & Wilson, 1986). რაც არ უნდა იყოს მიზეზი, ცხადია, რომ სარკაზმი არსებითად არის კავშირში კონკრეტული დამოკიდებულების გამოხატვასთან და სწორედ დამოკიდებულების გამოხატვა უნდა იყოს მთქმელის მთავარი მიზანი (McDonald, 1999).

ვინაიდან სარკაზმის განმარტებაში მთქმელის მხრიდან ფიგურირებს „სახეზე თავდასხმის“, შეურაცხყოფის და ჭკუის სწავლების მიზანი, სარკასტული ირონიის სოციალური ფუნქციის განსაზღვრისას დავეყრდნობით დიუსის, კაპლანისა და უინერის ირონიის სოციალური ფუნქციის ოთხი კატეგორიიდან (იუმორი, სოციალური სტატუსის ამღლება, აგრესია, ემოციური კონტროლი) ერთს-ერთს, რომელიც არის აგრესია (Dews et al., 2009). აღნიშნული კვლევა უკვე ვახსენეთ, როდესაც ვსაუბრობდით ირონიის სოციალური ფუნქციის შესახებ. აქვე უნდა დავაფიქსიროთ, რომ ირონიით გამოხატული კრიტიკა, იქნება ეს „იუმორის“ სოციალური ფუნქციის, „სტატუსის ამღლების“, „აგრესიის“ თუ „ემოციის კონტროლის“ ნიშნით გამოვლენილი, ის ყოველთვის ნაკლებად შეურაცხმყოფელია მსმენელისთვის, ვიდრე პირდაპირი კრიტიკა (Brown and Levinson, 1987; Dews et al., 2009). თუმცადა, თუ „სახეზე შეტევის“ დონეს გავზომავთ ოთხივე კატეგორიაში, ბრაზის ყველაზე მაღალი გამოვლინებით სწორედ „აგრესიის“ სოციალური კატეგორია ხასიათდება, რომლის პირველადი მიზანია აგრძნობინოს მსმენელს, რომ მთქმელის განზრახვაა მაქსიმალური ნეგატიური ემოციის (რამდენადაც ეს შეუძლია გამოხატოს ირონიულ კრიტიკას) გამიზნულად ჩვენება (Dews et al., 2009). ეს არის მიზეზი, თუ რატომ მივაკუთვნეთ სარკასტული ირონია დიუსისა და კოლეგების (Dews et al., 2009) „აგრესიის“ კატეგორიას.

აღნიშნულ მოსაზრებას ამყარებს ტოპლაკისა და კატზის კვლევა (Toplak & Katz, 2000), რომელიც ასკვნის, რომ როდესაც ყურადღების კონცენტრირება ხდება მთქმელის განზრახვაზე, სარკაზმი (პირდაპირ ნათქვამთან შედარებით) ჟღერს, როგორც უფრო მეტად არაგულწრფელი, არათავაზიანი, იუმორის ან დაცინვის შემცველი, შეურაცხმყოფელი, მეტად აგრესიული, ბრაზის მაპროვოცირებელი და ბუნდოვანი

გამოხატულება; ხოლო მთქმელის განწყობა თქმულთან მიმართებაში- კმაყოფილების გამოხატულება. კვლევის შედეგის თანახმად, თუ კონცენტრირებას ვახდენთ იმ ეფექტზე, რომელსაც განიცდის მსხვერპლი/მსმენელი, ამ უკანასკნელისთვის სარკასტული კრიტიკა უფრო შეურაცხმყოფელი აღმოჩნდა, ვიდრე პირდაპირი. ამრიგად, მიზეზი იმისა, თუ რატომ იყენებს მთქმელი სარკაზმს, არის გაცილებით უფრო მრავალფეროვანი, როდესაც განვიხილავთ მთქმელის პერსპექტივას მისი მსხვერპლის პერსპექტივასთან შედარებით (Toplak & Katz, 2000, p. 1481). მთქმელის განზრახვის გათვალისწინებით, სარკაზმი გამოიყენება ვერბალური აგრესიის გამოსახატად; მსხვერპლის რეაქციის გათვალისწინებით, სარკაზმი აღიქმება, როგორც კრიტიკის უფრო მწვავე ფორმა (პირდაპირ კრიტიკასთან შედარებით); სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, სარკასტული ირონიის ფუნქციის დადგენის დროს, შედეგი განსხვავებულია როდესაც ფოკუსში ვაქცევთ მთქმელის განზრახვას და მისი მსხვერპლის რეაქციას. მთქმელის შემთხვევაში მნიშვნელობას იძენს არა მხოლოდ ის, თუ რას ამბობს, არამედ რა დამოკიდებულებით გამოხატავს აზრს, ხოლო მსხვერპლზე ფოკუსირების შემთხვევაში, მნიშვნელოვანი ხდება სარკაზმით გამოწვეული ნეგატიური ზეგავლენა და არა მთქმელის განზრახვა (Toplak & Katz, 2000). აღნიშნული კვლევა, ასევე, ზომავს აგრესიის ხარისხს სარკასტულ და პირდაპირი მნიშვნელობით გამოყენებულ ვერბალურ გამონათქვამებში და შედეგად ასკვნის, რომ ვერბალური აგრესიის პირდაპირ ფორმას აქვს უფრო ნეგატიური ეფექტი მთქმელისა და მსხვერპლის ურთიერთობაზე, ვიდრე სარკასტულ აგრესიას, და რომ სარკასტული აგრესია მეტად შთამბეჭდავ ეფექტს ახდენს მსმენელზე, იგი მას უკეთ ამახსოვრდება (Toplak & Katz, 2000). აღნიშნული ეხმიანება კოლსტონის მოსაზრებას (Colston, 1997), რომლის მიხედვით, არის შემთხვევები, როდესაც სარკაზმი აძლიერებს კრიტიკის ხარისხს, ორივე მხარის (მთქმელი-მსხვერპლი) გათვალისწინებით. ის აღიქმება როგორც ვერბალური აგრესიის უფრო მძაფრი ფორმა (Colston, 1997)

#### ***1.14. ირონიისა და სარკაზმის (სარკასტული ირონიის) დეკოდირების დრო***

ჯიორა (Giora, 2003) განმარტავს, თუ რამდენად არის დამოკიდებული ირონიის წარმატება მოზრდილებში ირონიული გამონათქვამების განმეორადობაზე. ირონიული

გამონათქვამები, რომლებიც ხშირად ესმის მსმენელს უფრო სწრაფად აღქმადია, ხოლო ახალი ირონიული გამონათქვამების დეკოდირება კი დამატებით კოგნიტურ ძალისხმევას საჭიროებს. კოლსტონი (Colston, 2007) და კატზი (Katz, 2004) ასევე ხაზს უსვამენ, რომ ზრდასრულებში მეტად განვითარებული ინფორმაციის გადამამუშავებელი მეხსიერება (working memory) და შემაკავებელი კონტროლი (inhibitory control) საშუალებას აძლევს მათ უფრო ეფექტურად დათრგუნონ პირდაპირი მნიშვნელობა, რაც ხელს უწყობს მათ მიერ სარკაზმისა და ირონიის უფრო სწრაფად გაგებას.

პექსმენის (Pexman, 2012) მიერ ნეიროვიზუალიზაციის დარგში თვალის მოძრაობაზე ჩატარებული კვლევების თანახმად, ირონიისა თუ სარკაზმის სწრაფი ამოცნობა დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენად გამოცდილია მსმენელი სოციალურ-კონტექსტური ნიშნების ინტერპრეტირებაში. მაგალითად, ბავშვებისგან განსხვავებით, რომლებიც ეყრდნობიან აშკარა მარკერებს (გადაჭარბებული ინტონაცია, მკვეთრი სახის გამომეტყველება), ზრდასრულები ირონიას უფრო იმპლიციტურად და ავტომატურად აღიქვამენ. კვლევა მიუთითებს, რომ ირონიისა და სარკაზმის პროცესირების დროს ღიზიანდება ტვინის განსხვავებული უბნები. ბავშვებისგან განსხვავებით, ზრდასრულებში შეიმჩნევა გაზრდილი აქტიურობა ტვინის იმ რეგიონებში, რომლებიც დაკავშირებულია პრაგმატულ აღქმასა და აღმასრულებელ ფუნქციასთან, კერძოდ პრეფრონტალური კორტექსი და მარჯვენა ნახევარსფერო. შესაბამისად, კვლევაზე დაფუძნებით პექსმანი ასკვნის, რომ სარკაზმის „დამუშავების“ პროცესი არ არის მხოლოდ ლინგვისტური ამოცანა, არამედ სოციალურ-შემეცნებითი კომპლექსური აქტივობა, რომელიც ერთდროულად ააქტიურებს ტვინის რამდენიმე უბანს. კვლევა ასევე აჩვენებს, რომ ზრდასრულებში შეიმჩნევა სარკაზმის დეკოდირების უფრო მოკლე ლატენცური პერიოდი ბავშვებთან შედარებით, რაც აძლიერებს მოსაზრებას, რომ დეკოდირების დროის გამოთვლის თვალსაზრისით ამ ტროპებთან შემხებლობის გამოცდილება გადამწყვეტ როლს თამაშობს.

დასკვნის სახით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ირონიისა და სარკაზმის გააზრების პროცესი ზრდასრულებში განვითარებული ლინგვისტურ-კოგნიტური უნარების გამო

უფრო სწრაფი და ეფექტურია. მიუხედავად იმისა, რომ ირონია/სარკაზმის აღქმა მოითხოვს დამატებით ძალისხმევას პირდაპირ ნათქვამთან შედარებით, ზრდასრული ადამიანის ცნობიერი და ქვეცნობიერი ეყრდნობა გამოცდილებას, ტვინის აღმასრულებელ ფუნქციასა და კონტექსტის აღქმის უნარ-ჩვევებს, რათა მინიმუმამდე დაიყვანოს მათი დეკოდირებისთვის შემაფერხებელი ფაქტორები (Pexman, 2012/2020).

### **1.15. ირონია და იუმორი**

წინამდებარე ქვეთავში ვისაუბრებთ კავშირზე ირონიასა და იუმორს შორის ნეოგრაისული პერსპექტივიდან გამომდინარე, რომლის თანახმად ირონიული გამონათქვამი არღვევს ხარისხის მაქსიმას (ილაპარაკე მხოლოდ სიმართლე. თქვი ის, რაც შეგიძლია დაადასტურო). ყველა სახის ირონიული გამონათქვამი რა თქმა უნდა არ გადის იუმორის კატეგორიაში ირონიის პოლისემიური ბუნების გამო. აქედან გამომდინარე, მნიშვნელოვანია გამოვყოთ ირონია, რომელიც იუმორისტულია და ირონია, რომელიც მიესადაგება სარკაზმს ან პაროდისს (Dyner, 2023). დაინელის განმარტებით, ირონიული იუმორისთვის დამახასიათებელია შაუთავსებლობა ნათქვამსა და ნაგულისხმევს შორის, მაგრამ მისი მიზანია მოახდინოს მოულოდნელობის, განცვიფრების, აბსურდულობისა და კრეატიულობის ეფექტი მსმენელზე. ირონიის ვერ შეცნობამაც კი შესაძლოა გამოიწვიოს მსმენელისგან იუმორისტული შეპასუხება მეგობრული კონტექსტის სიტუაციაში (Dyner, 2023).

კოტოფი აღნიშნავს, რომ ირონიის სოციალური ფუნქციის კვლევის დროს, იუმორი აღიქმება, როგორც იუმორისტული აქტი არაფორმალურ გარემოში (Kotthoff, 2003). ამრიგად, იუმორი ირონიით მოსაუბრეს საშუალებას აძლევს აზრი გამოთქვას ისე, რომ არ ჟღერდეს სასტიკად ან მკვახედ. იუმორი გამოწვევას ესვრის ადამიანურ სისუსტეებს ემპათიური მანერით (German Brockhaus Encyclopedia 1969). ამერიკის თერაპიული იუმორის ასოციაცია იუმორს აღწერს როგორც გარეგანი ჩარევა, რომელიც განაპირობებს ადამიანის ჯანმრთელობის მდგომარეობას იმით, რომ ასტიმულირებს შეხედო ცხოვრებისეული სიტუაციების აბსურდულობას იუმორის თვალთ (Sultanoff, 2000, p.8).

სწორედ ფოკუსი ცხოვრებისეული სიტუაციების აბსურდულობაზე იუმორის მნიშვნელობის განსაზღვრისას, აკავშირებს მას „სიტუაციურ ირონიას“, რაც წარმოადგენს პარადოქსულ გარემოებას, რომელშიც აღმოჩნდა მთქმელი (Kumon-Nakamura et.al., 1995). ამრიგად, იუმორის ელემენტი ირონიულ გამონათქვამში ახდენს განცვიფრების ეფექტს ნათქვამის ფორმასა და მის შინაარსს შორის შეუფერებლობის გამო, ასუსტებს კრიტიკისა და მუქარის ტონს (Dews et al., 2009). რაც შეეხება იმ მომენტს, თუ როდის იქმნება საფუძველი კომუნიკაციის პროცესში რომ მსმენელი ახდენს იუმორის დეკოდირებას ირონიაში, ეს მომენტი უნდა ემთხვეოდეს იმ დროს, როცა მთქმელის ირონიული მესიჯის მიზანი მსმენელმა ზუსტად დაიჭირა (Gibbs et al., 2014). გიბსის თანახმად, ირონიული იუმორის დეკოდირებას მოყვება სიცილი, რომელიც წარმოადგენს მეტასაკომუნიკაციო აქტს და მიანიშნებს მსმენელის მიერ მთქმელის მხრიდან თვალთმაქცობის გაცნობიერებას (Gibbs et al., 2014). ბრაიანტის კვლევის თანახმად ირონიული გამონათქვამების 50%-ზე მეტი სპონტანურ საუბარში და არაფორმალურ სიტუაციაში ასოცირდება სიცილთან (Bryant, 2010), რაც იუმორს ხდის ირონიის ქეშმარიტ კატეგორიად (Gibbs et al., 2014). აქედან გამომდინარე, კომენტარებში ბევრი სიცილის ემოჯების გამოყენება უნდა მიუნიშნებდეს მსმენელის/მკითხველის მხრიდან ირონიული იუმორის დეკოდირების მომენტს და რომ მას ჰქონდა ადეკვატური რეაქცია. გარდა ამისა ეს ნიშნავს, რომ ადამიანი კომფორტულად, შინაურულად გრძნობს თავს და მისთვის უსაფრთხოა საჯაროდ რეაქციის დაფიქსირება. მეტიც, ის იმ სოციალური თემის ნაწილად თვლის თავის თავს.

### ***1.16. ირონიის ნაირსახეობათა მიმოხილვა***

შესწავლილი ლიტერატურის ანალიზი ადასტურებს ირონიის ფორმების მრავალფეროვანებას. დღესდღეობით ირონიის ოცზე მეტი სახეობა დასტურდება, ხოლო აღნიშნულ ქვეთავში შემოგთავაზებთ ირონიის იმ ფორმების მოკლე აღწერას, რომლის კვლევა-ძიებაც განზრახული გვაქვს წინამდებარე ნაშრომის ემპირიული მასალის საფუძველზე. გთავაზობთ ირონიის ფორმების ჩამონათვალს და მათ მოკლე აღწერას:

**1. ირონიული ლიტოტესი** (ironical understatement). სპერბერისა და უილსონის რელევანტურობის თეორიის (Relevance Theory) თანახმად ირონიული ლიტოტესი (ironic understatement) არის ვერბალური ირონიის ფორმა, სადაც მოსაუბრე განზრახ ამცირებს მოვლენების ან სიტუაციის გამოვლინებას. ამის შედეგად წარმოიქმნება იმპლიციტური მნიშვნელობა, რომელიც ეწინააღმდეგება პირდაპირს. ამ პროცესში მთავარ როლს ასრულებს პრაგმატიკული იმპლიკაცია (Grice, 1975) – მსმენელი კონტექსტისა და საერთო ცოდნის საფუძველზე ასკვნის, რომ მოსაუბრეს სინამდვილეში საპირისპირო მნიშვნელობის გადმოცემა სურდა (Sperber & Wilson, 1986).

**2. ირონიული ციტირება** (ironical citation). რელევანტულობის თეორიის ფარგლებში, სპერბერი და უილსონი (Sperber და Wilson, 1986) აღწერენ ირონიულ ციტირებას, როგორც ექოიკური ირონიის (echoic irony) ფორმას, რომლის დროსაც მოსაუბრე ირონიულად ციტირებს მანამდე გამოთქმულ მოსაზრებას. აქ საინტერესო ის არის, რომ მთქმელის დამოკიდებულება ნათქვამის მიმართ არ არის ნეიტრალური, პირიქით, ის გამოხატავს კრიტიკას. ირონია წარმოიქმნება იმ განსხვავებებიდან, რაც არსებობს ციტირებულ ფრაზასა და მთქმელის რეალურ დამოკიდებულებას შორის (Sperber & Wilson, 1986).

**3. ირონიული შეძახილი** (ironical interjection). ეს არის ექოიკური ირონიის (echoic irony) ფორმა, რომლის დროსაც მოსაუბრე იყენებს მოკლე, ექსპრესიულ გამოხატულებებს (მაგალითად, „ო, შესანიშნავია!“, „ფანტასტიურია!“, „იდეალურია!“), რათა გადმოსცეს ისეთი შინაარსი, რომელიც ეწინააღმდეგება მის პირდაპირ მნიშვნელობას. ამგვარი შეძახილები ირონიის პრაგმატიკული მარკერებია და ემყარება მსმენელის უნარს, ამოიცნოს გამოხატული შეფასებისა და რეალური კონტექსტის შეუსაბამობა. მსგავსი შეძახილი წარმოადგენს დადებით სიტყვიერ ფორმულირებას, რომელიც გამოხატავს მთქმელის კრიტიკულ-შემფასებლურ დამოკიდებულებას (Sperber & Wilson, 1986)

**4. ირონიული შეფასება** (ironic or true assertion) არის პრაგმატიკული სტრატეგია, რომლის დროსაც მოსაუბრე ფორმალურად ეთანხმება თანამოსაუბრეს, თუმცა სინამდვილეში განსხვავებულ ან საპირისპირო აზრს გამოხატავს. ამგვარი დასტური ხშირად გამოიყენება სატირის კონტექსტში, რათა მსუბუქად გადმოიცეს კრიტიკა, ეჭვქვეშ

დააყენოს თავდაპირველი განცხადება, ან უბრალოდ ხაზგასმით გამოხატოს უთანხმოება (Kumon-Nakamura et al., 1995).

**5. ირონიული/ რიტორიკული შეკითხვა (ironic question)** წარმოადგენს ირონიის ერთ-ერთ სტრატეგიას, რომლის დროსაც მოსაუბრე სვამს კითხვას, მაგრამ რეალურად არ ელის პასუხს. ამის ნაცვლად, შეკითხვა ირონიის მეშვეობით გამოხატავს კრიტიკას, სარკაზმს, უკმაყოფილებას ან აშკარა ფაქტზე მიანიშნებს, რაც მსმენელმა კონტექსტიდან უნდა ამოიცნოს (Kumon-Nakamura et al., 1995). მისი რეალიზაცია ხდება რიტორიკული შეკითხვის ან რიტორიკული განცხადების (statement) გზით.

**6. ირონიული შეთავაზება (ironic offering)** წარმოადგენს ირონიის ერთ-ერთ სტრატეგიას, რომლის დროსაც მოსაუბრე ფორმალურად სთავაზობს რაიმე მოქმედებას ან დახმარებას, თუმცა რეალურად ამას არ გულისხმობს. აღნიშნული ლინგვისტური ხერხი გამოიყენება სარკაზმის, კრიტიკის ან კომიკური ეფექტის შესაქმნელად (Kumon-Nakamura et al., 1995).

**7. მეტისმეტად თავაზიანი თხოვნა (over-polite request).** ამ კატეგორიის სტრატეგია არის გამოიყენოს ჰიპერბოლა ან ლიტოტესი, ხოლო ნათქვამის ჭეშმარიტი მნიშვნელობა ვლინდება მთქმელის განზრახვასა და ნათქვამის პირდაპირ მნიშვნელობას შორის (Kumon-Nakamura et al., 1995).

**8. სარკასტული ირონია (sarcastic irony)** ირონიის ფორმა, რომელიც მკვახე და დამამცირებელია. მისი სტრატეგიაა აგრესია, ბრაზის გამოხატვა, მოსაუბრეზე ერთგვარი თავდასხმა (Anolli, et al., 2000).

**9. თვითირონია (self irony)** თვითირონია გამოიხატება საკუთარი თავის მიმართ ხუმრობანარევი კრიტიკით, რაც ადამიანს ეხმარება გაუმკლავდეს ცხოვრებისეულ წარუმატებლობებს და აღიქვას ისინი უფრო პოზიტიური პერსპექტივით. გარდა ამისა, თვითირონიის პრაქტიკა ხელს უწყობს ადამიანებს შორის დაახლოებას და ამსუბუქებს რთულ საკითხებზე საუბრის პროცესს, რაც კომუნიკაციას უფრო ბუნებრივსა და გულწრფელს ხდის (Fabian, 2006)

**10. სიტუაციური ირონია (situational irony)** ატარდოს თანახმად სიტუაციური ირონია წარმოიშვება მაშინ, როდესაც რეალობა სრულიად ეწინააღმდეგება მოლოდინებს და ვითარება აბსურდული ან პარადოქსული ხდება. მაგალითად, შეიძლება წარმოვიდგინოთ სახანძრო სადგური, რომელიც ბოლომდე დაიწვა (Lucariello, 1994; Attardo, 2000).

**11. მეგობრული ხუმრობა (Emphatic banter)** ანოლი და კოლეგები აღწერენ „მეგობრულ ხუმრობას“, როგორც ირონიის ისეთ ფორმას, რომლის განწყობაც ემპათიური და სახუმაროა. ამ ტიპის ირონია ყველაზე მეტად იკვეთება იუმორთან. მისი ხუმრობანარევი ხასიათი განასხვავებს მას დამცინავი ირონიისა და მწვავე სარკაზმისგან. მიუხედავად იმისა, რომ ირონიის ასეთი გამოვლინება შეიცავს კრიტიკის ელემენტებს, მთქმელის მიზანი ასეთ დროს მსმენელთან შეთამაშება-შეხუმრებაა და არა დაცინვა ან აბუჩად აგდება. გამოვლინების ფორმით მას ახასიათებს მოჩვენებითი სერიოზულობა და გამოხატვის გადაჭარბებული მანერა. ირონია წარმოიშობა იმ კონტრასტიდან, რომელიც არსებობს მთქმელის გადაჭარბებულ განცხადებასა და რეალურ კონტექსტს შორის; აუდიტორია ამ შეუსაბამობას აფიქსირებს და შესაბამისად, მოსაუბრის სიტყვებს არ იღებს პირდაპირი მნიშვნელობით (Annoli, et al., 2002).

**12. სოკრატისეული ირონია (Socratic irony)** რეალიზდება მაშინ, როდესაც მოსაუბრე ისე წარმოაჩენს თავს, თითქოს არ ფლობს ინფორმაციას დისკუსიის თემაზე, ის განზრახ ავლენს უვიცობას. ამავე დროს, იგი მსჯელობისას მიზანმიმართულად იყენებს ურთიერთსაპირისპირო არგუმენტებს, რაც საუბრის სტიმულირებას უწყობს ხელს. იგი გამოიყენება დიდაქტიკური მიზნებისთვის (Attardo, 2000).

**13. დრამატული ირონია (dramatic irony).** დრამატული ირონია ვითარდება მაშინ, როდესაც აუდიტორია მთავარ გმირზე მეტ ინფორმაციას ფლობს. იგი ჩნდება მაშინ, როცა პერსონაჟის მოლოდინები დრამატულად ეწინააღმდეგება მოვლენების რეალურ განვითარებას, ხოლო აუდიტორია უკეთესად აცნობიერებს არსებულ სიტუაციას (Attardo, 2000).

**14. ვერბალური ირონია (verbal irony)** ვერბალური ირონია არის კომპლექსური ლინგვისტური ფენომენი, რომელიც სიტყვიერი ფორმით ვლინდება და სხვადასხვა ურთიერთსაწინააღმდეგო მნიშვნელობებს აერთიანებს, ამბობს ერთს-გულისხმობს მეორეს (Mueke, 1969).

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ირონიისა და სარკასტული ირონიის დეკოდირების პროცესში არანაკლებ მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ნათქვამის პროსოდიკა, იგივე ინტონაცია, სახის გამომეტყველება და ასევე, თუ რა სახის ურთიერთობა არის მოქმელსა და მსმენელს შორის. ამ საკითხებს დეტალურად შევხებით მომდევნო თავებში.

**15. ირონიული ჰიპერბოლა (ironic hyperbolae).** წარმოადგენს მტკიცებითი ფორმით გამოხატულ აზრს. მაგალითად, საშინელი გემოს მქონე ყავის მოსმის შემდეგ ადამიანი ამბობს: „ეს მთელ მსოფლიოში საუკეთესო ყავაა“ (Aguert, 2022).

**16. ირონიული კრიტიკა (ironic criticism).** ეს ირონიის ისეთი ფორმაა, რომელიც სიტყვიერად წარმოდგება უარყოფითი ფორმულირებით, მაგრამ მისი მნიშვნელობა დადებითია. მაგალითად, როდესაც ადამიანმა ბრწყინვალედ შეასრულა დავალება და მას უთხრეს: „რა საშინლად გააკეთე ყველაფერი!“ (Colston & Katz, 2005).

**17. ირონიული ქება (ironic praise)**- ირონიული ქების შემთხვევაში კი პირიქით, ვერბალური ნაწილი არის დადებითად გამოხატული, მაგრამ კონტექსტი უარყოფითი აქვს. მაგალითად, ვიღაცამ დააგვიანა შეხვედრაზე და მას უთხრეს: „ვაუ, შენი დროის მართვის უნარები უბრალოდ შესანიშნავია!“ (Colston & Katz, 2005).

**18. ირონიული თვალთმაქცობა (ironic pretence)**- როდესაც მოქმელი თამაშობს როლს, თვალთმაქცობს და იმედი აქვს, რომ მისი მსმენელი მიუხვდება ნამდვილ განზრახვას და გაშიფრავს მოქმელის თვალთმაქცურ დამოკიდებულებას საკუთარი თავის, აუდიტორიის, ან ნათქვამის მიმართ (Gibs, 2000).

### **1.17. ირონიისა და სარკაზმის თანმხლები აუდირებადი პარალინგვისტიკა**

აღნიშნულ ქვეთავში ვისაუბრებთ ირონიისა და სარკაზმის ხმოვან გამოვლინებაზე, რომელიც ზეგავლენას ახდენს მათი დეკოდირების პროცესზე. სპერბერსა და უილსონთან (Sperber & Wilson, 2012) ირონიული ხმის ტონი აღწერილია, როგორც დაცინვისა და სკეპტიკურ-ზიზღნარევი დამოკიდებულების გამომხატველი პროსოდიკა, სადაც მთქმელი თვალთმაქცობს და იმიტაციის გზით, ექოსებურად ბაძავს იმ ადამიანის ხმას, ვის ნათქვამზეც აგებს (ან შეიძლება აეგო) საკუთარ სარკასტულ/ირონიულ რემარკას (Sperber & Wilson, 2012). აღნიშნული განმარტება ეხმიანება კლარკისა და გერიგის მიდგომას (Clark & Gerrig, 1984: 122), სადაც ავტორები ამბობენ, რომ თეატრალური როლის თამაშის დროს ადამიანები, როგორც წესი, საკუთარ ხმის ტონს ანაცვლებენ ახალი ხმის ტონით, რომელიც მათი განსჯით უფრო შეესაბამება იმ პერსონაჟს, ვის როლსაც ასრულებენ. თუმცაღა ირონიული გამონათქვამის ავტორისთვის თვალთმაქცობის/როლის თამაშის პროცესში დამახასიათებელია პროსოდიული გადაჭარბება, როდესაც ის, მაგალითად, კონსპირაციული ტონით იმეორებს ყველასთვის ცნობილ ჭორს (Clark & Gerrig, 1984). კლარკი და გერგი ირონიის ხმის ტონს პაროდისა და კარიკატურის ჟანრს უქვემდებარებენ (Clark and Gerrig, 1984). აქვე სპერბერი და უილსონი აღნიშნავენ, რომ ზოგიერთი კვლევა, სადაც განხილულია ირონიული ხმის ტონი, თავისთავად თვლის, რომ ირონიით მოსაუბრე საკუთარ ხმას კი არ უკუაგდებს, არამედ იყენებს მას ისეთი ფორმით, რომელიც გადმოსცემს დაცინვას, სკეპტიციზმს, ან ზიზღნარევი დამოკიდებულებას ნათქვამის მიმართ (Sperber & Wilson, 2012). როკველის თანახმად, სარკაზმის ვერბალური ჟღერადობა (vocal cues) ასევე მჭიდრო კავშირშია ზიზღის, ბრაზისა და სიძულვილის აუდიო გამოვლინებასთან (Rockwell, 2000) , რაც ერგება სპერბერისა და უილსონის ირონიის ტონის განსაზღვრებას, რომელიც ამბობს, რომ ირონიული ხმის ტონი არის ისეთი ვოკალური გამოხატულება, რომელიც შერჩევითად გამოიყენება მთქმელის მიერ ნათქვამის მიმართ ირონიული/სარკასტული დამოკიდებულების გადმოსაცემად. მისი „გაზვიადებული იმიტაციის“ (exaggerated imitation), ან პაროდის (Clark and Gerrig 1984) ჩარჩოებში მოქცევა იქნება შემზღველი (Sperber & Wilson, 2012), ვინაიდან პაროდია კავშირშია პირდაპირ გამეორებასთან, ხოლო ირონია - ირიბი გამეორებაა. მიუხედავად იმისა, რომ ორივე მათგანი გამოხატავს

დაცინვას, არსებობს შესამჩნევი განსხვავება ირონიასა და პაროდის ჟღერადობას შორის. წარმოდგინეთ, რომ ბილი მუდმივად ამბობს: "Sally is such a nice person"<sup>23</sup>, მაგრამ ჯუდი არ ეთანხმება მას. ჯუდს შეუძლია აჩვენოს ეს უთანხმოება ორი გზით, რომლებიც, ერთი შეხედვით, შეიძლება ჩანდეს მსგავსი, მაგრამ სინამდვილეში ძალიან განსხვავდება; ჯუდს შეეძლო ბილის დასაცინად ფრაზა "სალი საოცრად კარგი ადამიანია!" გაემეორებინა გადაჭარბებული/გაზვიადებული ტონით. აღნიშნულის ქვეტექსტი იქნებოდა ბილის დაცინვის, ან მისი გაღიზიანების სურვილი. ან, ალტერნატიულ ვარიანტში, ჯუდს შეეძლო იგივე წინადადება გაემეორებინა ზიზღნარევი ტონით, რომელიც ხაზს უსვამს ნათქვამის პირდაპირ და კონტექსტურ მნიშვნელობას შორის შეუსაბამობას. და აქ სწორედ განსხვავებული ხმის ტონი ცხადყოფდა, რომ სალი ბილს არ ეთანხმება, მეტიც, საპირისპიროს ფიქრობს. პაროდიული პასუხის ხმის ტონის კონტექსტი მეგობრული დაცინვაა (emphatic banter, teasing), ხოლო მეორე ვერსიისა კი ირონია (Sperber 1984). ირონიული გამონათქვამების ხმის ტონი ყოველთვის ნეგატიურია, რადგანაც მოქმელის დამოკიდებულება სათქმელის მიმართ ყოველთვის უარყოფითია (Sperber & Wilson, 2012; Garmendia, 2018).

### ***1.18. ირონიისა და სარკასტული ირონიის სუპრასემანტიკული მახასიათებელი***

სამწუხაროდ, არ არის ბევრი კვლევა, რომელიც ირონიისა და სარკაზმის სუპრასემანტიკული მახასიათებლების საკითხს განიხილავს, მაგრამ ამ საკითხის გამოძიება ბევრ საინტერესო მოვლენას ხდის ფარდას ირონიის ფენომენის შესწავლის საკითხში (Anolli, et al., 2002/2007). აღნიშნულ ქვეთავში გთავაზობთ განვიხილოთ რამდენიმე კვლევა, რომელიც შეისწავლის ირონიისა და სარკაზმის სიტყვიერი და ხმოვან-არავერბალური კოდების ურთიერთზეგავლენას სუპრასემანტიკული მახასიათებლების გამოსავლენად (Cutler, 1974; Fónagy, 1971; Haverkate, 1990; Kreuz & Roberts, 1995).

---

<sup>23</sup> "სალი საოცრად კარგი ადამიანია" (Sperber & Wilson, 2012, p.21)

კატლერის თანახმად, ირონიის ამოცნობა წინადადებაში შესაძლებელია მაშინ, თუ წინადადება სრულიად ან ნაწილობრივ ნაზალიზებული, ანუ ცხვირში გადატანილია. წინადადების რითმი შენელებულია, ერთი ან მეტი სიტყვა გამოკვეთილი (გამახვილებული) და მარცვლების წარმოთქმის მანერა - დაგრძელებული/გაზვიადებული (Cutler, 1974). ჰავერტეიკი ასევე მიუთითებს ირონიულ საუბარში ენერჯის დონის ამალღებაზე, მარცვლების დაგრძელებასა და ცხვირში გადატანაზე (Haverkate, 1990); ხოლო კრეუზისა და რობერტის კვლევებში აღინიშნება, რომ ირონიულ ხმის ტონს აქვს კარიკატურული გამოვლინება (Kreuz & Roberts, 1995). ფონაგიმ მსახიობთა სინთეზირებული ხმის ჩანაწერების რადიოგრაფული გამოძიების შემდეგ გამოყო ირონიის გამოხატვის სამი ფაზა: პირველი ხასიათდება „გულ-მკერდის ხმით“ და ძლიერი შეკუმშვით ფილტვებში და დაბალ ტონალობაზე ხმაში ხრინწით (vocal fry or creak effect); მეორე ფაზისთვის დამახასიათებელია რეგისტრის ცვლილება. ის გულ-მკერდიდან ადის თავში (თავის ხმა). ამ დროს ხდება ენერჯის შემცირება, ხმის ტონალობა უეცრად გადადის მაღალ რეგისტრში და გვაქვს ხორხისმიერი შეკუმშვა. ეს არის გამჭოლი, მკვეთრი ხმა (shrill voice); მესამე ფაზა კვლავ ხასიათდება „გულ-მკერდის“ არეში გადასვლით, რომელიც წარმოქმნის ხრინწის ეფექტს ხმაში. ეს არის დაბალი რეგისტრის ნელი, მდგრადი და თანაბარი ტონალობა (Fónagy, 1971).

განვიხილოთ ანოლის, ციცერონისა და ინფანტინოს სტატია, რომელიც ეხება საუბრის ფორმის აკუსტიკური და პროსოდიული სქემის მნიშვნელობას ირონიის სემანტიკურ-პრაგმატიკულ ასპექტთან მიმართებაში (Anolli, et al., 2002/2007). მაგალითად, როგორც უკვე აღინიშნა, ვერბალური ირონია შესაძლებელია გამოიხატოს კრიტიკით ან ქებით. თითოეულ მათგანს თან ახლავს ინტონაციის საკუთარი სქემა. სტატია იკვლევს, შეუძლია თუ არა ინტონაციურ სქემებს გაშალოს კოგნიტური თუ სხვა ტიპის მოტივი, რომელიც საფუძვლად უდევს ხმის სიხშირის ამპლიტუდას. კვლევაში გაანალიზებულია აკუსტიკურ/პროსოდიული სქემები ჩვეულებრივი საუბრის, სარკასტული ირონიის (ირონიული კრიტიკა- სიტყვიერად პოზიტიური გამონათქვამი უარყოფით სიტუაციაზე) და კეთილი ირონიის (ირონიული ქება-სიტყვიერად უარყოფითი გამონათქვამი დადებით სიტუაციაზე). სარკასტული ირონიის

სუპრასეგმენტულ (მახვილი, ინტონაცია, რითმი, ხმის რეგისტრი...) მახასიათებლად გამოვლინდა: 1) მაღალი და ცვალებადი ხმის ტონალობა, ძლიერი ენერგიითა და ნელი არტიკულაციით და 2) დაბალი, მდგრადი ტონალობა ნელი არტიკულაციით. პირველი ტიპური ფორმა იყო მეგობრული ხუმრობის (emphatic banter), ხოლო მეორე ბრალდებისა და გულგრილი სიბრაზის (Anolli, et al., 2002/2007). ნიშანდობლივია მეგობრული ხუმრობის ფორმაში იუმორის არსებობა. იუმორი, როგორც ცალკე კატეგორია არ წარმოადგენს სახის რღვევის ფორმას, მაგრამ ეს არის საშუალება, რითაც ხშირად რეალიზდება ირონია ჩვენს საკვლევ მასალაში.

ანოლისა და კოლეგების მიერ ირონიული კომუნიკაციის აკუსტიკური პროფილის კვლევამ დაადგინა, რომ ნამდვილად არის განსხვავება ნეიტრალური და ირონიული გამონათქვამის სუპრასეგმენტულ გამოხატულებაში (Anolli, et al., 2002/2007). კერძოდ, ირონიის ხმოვანება ხასიათდება ტონალობის აწევით (მაღალი ტონალობა) და მისი მრავალფეროვანი ვარიაციის არსებობით, ენერგიის სიმძაფრით, არტიკულაციის შენელებული/დაგრძელებული რითმით და მოკლე პაუზებით. ამას თან ახლავს „ემფატური გამძაფრება“ სუპრასეგმენტული მახასიათებლების (ინტონაცია, რითმი, მახვილი...) რის საშუალებითაც ირონია გადაიქცევა „ხმით თამაშის“ ტექნიკურ საშუალებად. ასეთი გამოხატვა შეიძლება დავახასიათოთ როგორც „არაბუნებრივი“, „ნასწავლი“, წინასწარ მოფიქრებული, დაგეგმილი, განზრახული და თვალთმაქცური (Anolli, et al., 2002/2007).

კიდევ ერთხელ, აღნიშნულ კვლევაში განიხილება სხვაობა ირონიასა და სარკასტულ ირონიის სუპრასეგმენტულ კონტაქტში. ირონია ხასიათდება ზომიერი ხმის ტონალობით, ნელი ტემპით და სიტყვების შერჩევითი არტიკულაციით, ენერგია ზოგჯერ მძაფრია ზოგჯერ ზომიერი. სარკასტული ირონია კი, მეორეს მხრივ, ხასიათდება მაღალი ან დაბალი ტონალობით, მდგრადად მაღალი სიხშირის ენერგიით. ხმის ტონალობა მაღალია და შევიწროვებული (Anolli, et al., 2002(2007), p. 300). ირონია გულ-მკერდიდან წამოსული ხმაა დაბალ რეგისტრში და ფილტვებიდან ამოდის. სარკასტული ირონიას „თავის ხმას“

უწოდებენ. ის გამჭოლია და იკუმშება ხორხში (Fónagy, 1971). ორივეს შესაძლოა ახასიათებდეს ბგერების ნაზალიზაცია (Haverkate, 1990)

როგორც ვხედავთ, ხმის მოქნილობა არის ეფექტური საშუალება კომპლექსური ბუნების მქონე ირონიული გამონათქვამების გამოსახატად. შესაბამისად, ირონიით მოსაუბრე არის სტრატეგი, რომელიც იყენებს კომუნიკაციას, როგორც ინტერპერსონალური ურთიერთობების მართვის საშუალებას: თქვას და თან არ თქვას, „თავს დაესხას სხვას“ საკუთარი თავის გამოაშკარავების ან კომპრომიტირების გარეშე. ადამიანი, რომელიც ირჩევს თვალთახედვის გამოსახატად ირონას, არის გამოცდილი მმართველი საკუთარი იმიჯის, რომელსაც შეუძლია ტექნიკურად მოირგოს ირონიის გამოხატვის ხერხები თავისი ემოციებისა და სოციალური უნარების გამოსავლენად ან შესანიღბად (Anolli, et al., 2002/2007).

### ***1.19. ირონიისა და სარკაზმის ვიზუალური პარალინგვისტიკა***

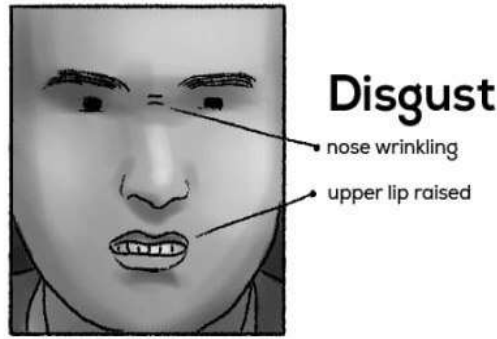
ჩვენ უკვე ვისაუბრეთ პროსოდიკაზე, რომელიც ახლავს ირონიისა და სარკასტული ირონის გამოხატვას. ირონიის შემთხვევაში ეს არის ხმის ტონი, რომელიც გადმოსცემს დაცინვის ან ზიზღის ემოციას (Sperber & Wilson, 2012), ხოლო სარკასტული ირონია კავშირშია ზიზღთან, ბრაზსა და სიძულვილთან (Rockwell, 2000). ირონიისა და სარკაზმის დეკოდირების პროცესში მნიშვნელოვანია როგორც ის, თუ როგორი ინტონაციით/ტონით გამოითქვა აზრი, და წინადადების რომელ ნაწილზე გაკეთდა აქცენტი, არამედ, ასევე, თუ როგორი იყო მთქმელის გამომეტყველება; რა მიმიკით წარმოთქვა მთქმელმა სათქმელი. ფსიქოლინგვისტიკისა და სხეულის ენის მიმართულებით ჩატარებული კვლევების თანახმად არსებობს კონკრეტული მიმიკური კოდი, რომელიც დამახასიათებელია ირონიისა და სარკაზმის რეალიზაციის პროცესში.

7 საბაზისო ემოციის (სიხარული, სევდა, შიში, ბრაზი, ზიზღი, სიძულცილი, განცვიფრება) გამოხატვა სახეზე ხდება მიკრო/მაკრო ემოციური გამომეტყველებით. ამ საკითხსა ზედმიწევნით შეისწავლის ანა სნარბლადი (Snarblad, 2023). თავის კვლევაში ის აღნიშნავს, რომ მაკროგამომეტყველება მარტივად შესამჩნევია, რადგან ის შედარებით

ხანგრძლივი დროით აღიბეჭდება სახეზე. ის გამიზნულია და წარმოადგენს იმ ადამიანის არჩევანსა და საკომუნიკაციო მიზანს, რომელიც ავლენს ამ ემოციას; ხოლო მიკროგამომეტყველება არის თითქმის შეუმჩნეველი და წამიერი რაგდან მისი გამოვლენა არ წარმოადგენს მოსაუბრის თვითმიზანს; შეიძლება ითქვას კიდევაც რომ პირიქით, მას სურს ნამდვილი ემოცია დაფაროს მსმენელისგან (Snarblad, 2023). მიკროემოციის დაფარვა საკმაოდ რთულია, რადგან ის წარმოადგენს ბუნებრივ და ნამდვილ ემოციურ რეაქციას, რომელიც უნებლიედ „წამოსცდება“ ადამიანს. მისი გაკონტროლება თითქმის შეუძლებელია. სახის მიკრო ან მაკრო ემოციის გამომეტყველება არის ის საერთაშორისო ენა, რომელსაც ყველა ეროვნების ადამიანი იყენებს ერთნაირად განურჩევლად რასისა, კულტურისა და წარმომავლობისა. დაბადებიდან უსინათლო ადამიანსაც კი, რომელსაც არასოდეს უნახავს, თუ როგორი მიმიკური კოდებით აღიბეჭდება სახეზე ესა თუ ის ემოცია, იყენებს მათ ზუსტად ისე, როგორც დაბადებიდან თვალხილული. ემოციების სახეზე აღბეჭდვის ენა არის ზუსტი და კონკრეტული, რაც შესწავლილი და დადასტურებულია მეცნიერულად (Snarblad, 2023). იგივეს ვერ ვიტყვით სხეულის ენაზე, რომელიც საჭიროებს კონტექსტუალურ ინტერპრეტაციას, სპეციფიურია და სხვადასხვაობს კულტურიდან კულტურამდე (Snarblad, 2023). მიკრო და მაკრო ემოციების სახეზე გამოხატვის საერთაშორისო იგივეობა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, რადგან წინამდებარე ნაშრომში ემპირიული საკვლევი მასალა მოიცავს ორი კულტურის, ქართულისა და ინგლისურის მაგალითებს ირონიისა და სარკასტული ირონიის შედარებითი ანალიზისთვის და ეს არის ის, რაც მათ აერთიანებს. აქედან გამომდინარე კი ვიდეოგრაფიული მასალის განხილვის დროს ჩვენ შეგვიძლია ამ საკითხს უფრო ახლოდან დავაკვირდეთ, აღვწეროთ და გამოვიტანოთ შესაბამისი დასკვნები. რადგან მიკრო და მაკრო ემოციების გამოხატვა ხასიათდება ინდენტური გამოვლინებით სხვადასხვა კულტურაში, ჩვენი მიზანია ემპირიული მასალის შედარებითი ანალიზის საფუძველზე დავაკვირდეთ, რით ხასიათდება და რამდენად მსგავსია ირონიისა და სარკაზმის აუდიო-ვიზუალური პარალინგვისტიკა ინგლისურ და ქართულ კულტურაში.

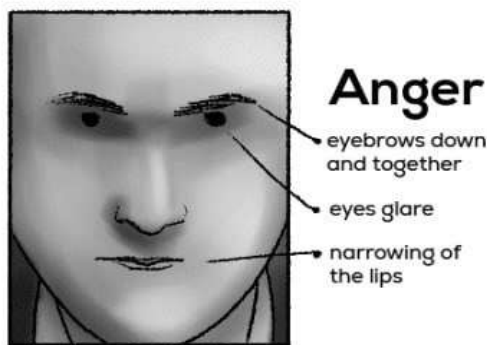
### *1.20. მიმიკური გამომეტყველება, რომელიც ახლავს ირონიასა და სარკასტულ*

როგორც ზემოთ უკვე აღვნიშნეთ, ირონია და სარკაზმი გამოიხატება დაცინვის (აბუჩად აგდება), ბრაზისა და ზიზღის ემოციითა და შესაბამისი პროსოდიკით, (Sperber & Wilson, 2012, Rockwell, 2000). საინტერესოა, თუ როგორ ხასიათდება ვიზუალურად ამ სამი ემოციის შესაბამისი მიკრო/მაკრო გამომეტყველება.



ზიზღი

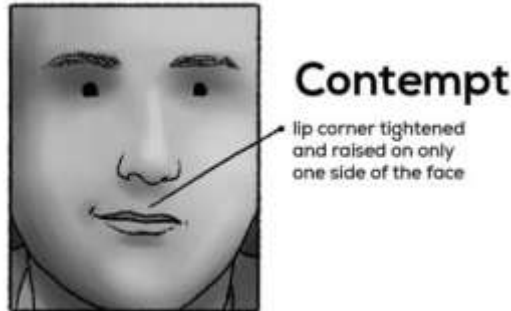
ზიზღის ემოცია ძალიან ჰგავს იმ გამომეტყველებას, რომელსაც ვღებულობთ მაშინ, როდესაც არასასიამოვნო სუნი ვიგრძენით, ან მოვისმინეთ ისეთი რამ, რაც ჩვენი აზრით ამაზრზენია. ამ დროს სახეზე ცხვირის ირგვლივ, ცენტრში იძაბება კუნთები, რაც იწვევს ცხვირის შეჭმუხვნას და გვერდებზე ნაოჭების გაჩენას. იმავედროულად, ოდნავ ზემოთ იწვევს ზედა ტუჩი და, შესაძლოა, გამოჩნდეს კბილების ზედა რიგი. ლოყის კუნთები ასევე შეიძლება აიწიოს, რაც გააჩენს ნაოჭებს თვალებქვეშ (Snarblad, 2023).



ბრაზი

თუ ვინმე გაბრაზებულია, მისი სახის კუნთები სამ სხვადასხვა ადგილზე იძაბება. პირველ რიგში ეს ეტყობა თვალ-წარბს. გაბრაზება იწვევს წარბების შეკვრას. ამ დროს შეიძლება დაინახოთ ვერტიკალური ნაოჭები წარბებს შორის. მზერა დაჟინებულია, ხოლო თვალები მჭიდროდ ჩამჯდარი თვალის ფოსოში. თვალის ქვედა ქუთუთო

დაძაბულია, რაც აჩენს ნაოჭებს თვალის ქვეშ. ცხვირიც დაიძაბულია, ხოლო ნესტოები გაფართოვებული. პირის არეში, ტუჩები შეიძლება მჭიდროდ მიიზიდოს ერთმანეთთან და შეიქმნას მჭირდო, სწორი ხაზი. ქვედა ყბა ოდნავ გამოდის წინ (Snarblad,2023).



### დაცინვა

დაცინვის (იგივე აბუჩად აგდების, სიძულვილის) ემოცია ოდნავ განსხვავდება სიბრაზისგან. როდესაც ადამიანი სხვის მიმართ დამცინავადაა განწყობილი, ეს ემოცია ნამდვილად არ ჰგავს გაბრაზებას. ასეთ დროს ადამიანის განცდა ქედმაღლურია, ის თითქოს ზემოდან უყურებს სხვას. დაცინვა არ არის ადვილი გამოსაცნობი მიკროგამომეტყველება; მხოლოდ ტუჩები გვეუბნება, როდესაც ვინმე ზემოდან უყურებს სხვა ადამიანს, ხოლო თვალები, წარბები და ცხვირი შეიძლება დარჩეს ნეიტრალური. ტუჩის მხოლოდ ერთი კუთხე იძაბება და იწვევს მაღლა. პირის ერთი მხარის აწვევა ვიზუალურად ამრუდებს მას და ქმნის ასიმეტრიას (Snarblad, 2023). ეს ძალიან მნიშვნელოვანი მომენტია და განასხვავებს მას სევდისა და სიხარულის ემოციებისაგან, რადგან, თუ დაცინვის ემოციის დროს პირის ერთი მხარე მაღლა იწვევს, სევდიანი სახის გამომეტყველება ხასიათდება ტუჩების ორივე კუთხის დაბლა ჩამოწევით. გულწრფელი ღიმილის შემთხვევაში კი, პირის ორივე კუთხე მაღლა იწვევს, თვალის ქვეშ კი ჩნდება პატარა ბალიშები ლოყის კუნთის მაღლა აზიდვის გამო (Snarblad, 2023)



სწორედ ეს მიკროგამომეტყველებებია, რომელიც თან უნდა ახლდეს ირონიისა და სარკაზმის ვიზუალურ გამოხატვას (Rockwell, 2001)

როკველის (Rockwell, 2001) თანახმად, ვიზუალური პარალინგვისტიკა უფრო დიდ ზეგავლენას ახდენს მსმენელზე, ვიდრე აუდიალური (DePaulo, et al., 1978), ხოლო მთქმელი გადმოსცემს თავის ემოციას სახის გამომეტყველებით (Ekman, et al., 1971; Wiggers, 1982). ჰაიმანი დაობს (Haiman, 1998), რომ სარკაზმის გამომეტყველების საფუძველი ზიზღის ემოციაა, რომელიც სახეზე აღიბეჭდება ისე, თითქოს ადამიანმა რაღაც არასასიამოვნო დააგემოვნა ან შეისუნთქა. არის სხვა კვლევები, რომელთა ავტორები სარკაზმის გამომეტყველებას უკავშირებენ ბრაზსა (Roseman, et al., 1994) და დაცინვას/ქედმაღლობას (Ekman & Friesen, 1986).

ეკმანთან (Ekman et al., 1971) გამოყოფილია სახის სამი ნაწილი, რომელიც ცალ-ცალკე ავლენს დაფარულ ემოციას: 1. წარბები და შუბლი, 2. თვალები, ქუთუთოები, ცხვირის ზედა ნაწილი, 3. პირი, ლოყები, ცხვირის ქვედა ნაწილი და ყბა. მისი კვლევის თანახმად, ზიზღის ემოცია ვიზუალურად დომინირებს ძირითადად პირის არეში. ვიგერსი (Wiggers, 1982) იზიარებს ამ მოსაზრებას და ამატებს, რომ პირი იწევს მაღლა (და იღება), ცხვირი იჭმუხვნება. ეკმანი და ფრიესენი ტუჩების მჭიდრო მოკუმვასა და ერთ-ერთი კუთხის მაღლა აწევას ქედმაღლურ დაცინვას უკავშირებენ (Ekman & Friesen, 1986).

როკველი აყენებს ჰიპოთეზას (Rockwell, 2001), რომლის მიხედვით სარკაზმისთვის დამახასიათებელი მიმიკური კოდი იდენტიფიცირდება წარბის, თვალისა და პირის არეში გარკვეული ცვლილებებით. კვლევის შედეგად ვლინდება, რომ უმთავრესად პირის არეში მომხდარი ცვლილებები არის ის რაც ვიზუალურად განასხვავებს სარკასტულ გამომეტყველებას ნეიტრალურისგან (Rockwell, 2001).

რადგანაც, ლინგვისტების თანახმად, ირონიისა და სარკაზმის აუდიო-ვიზუალური გამოხატულება კავშირშია ზიზღის, ქედმაღლური დაცინვისა და სიბრაზის ემოციასთან, წინამდებარე ნაშრომში ვაყენებთ ჰიპოთეზას, რომლის მიხედვით, ირონიის მიმიკური კოდი ხასიათდება ზიზღისა და ქედმაღლური დაცინვის მიკროგამომეტყველებით, ხოლო სარკასტული ირონია/სარკაზმი ზიზღის ან დაცინვის მიკროგამომეტყველებით,

რომელსაც აუცილებლად თან ახლავს დომინირებადი ბრაზის მიმიკა. ირონიის მიმიკური კოდი: დახურული პირი, ტუჩის ერთი კუთხე აწეული, შესაძლოა შეიჭმუნოს ცხვირი. სარკაზმის მიმიკური კოდი: შეღებული პირი, ჩანს ზედა კბილები, ცხვირის გვერდებზე ჩანს ნაოჭები, თვალები ელავს და მჭიდროდაა ფოსოში ჩამჯდარი, წარბები შეკრულია. აღნიშნულ ჰიპოთეზას განვიხილავთ მოგვიანებით ქართული და ინგლისური სიტუაციური კომედიების შედარებითი ანალიზის მაგალითზე (“Friends”, „შუა ქალაქში“).

### ***1.21. ირონიისა და სარკასტული ირონიის მიმიკური კოდი***

თავის კვლევაში, აგუერტი, რომელიც კონცენტრირდება ირონიის არავერბალურ ნიშნებზე და ეფუძნება ექსპერიმენტს, ამბობს, რომ ირონიის გარჩევა გულწრფელად მოსაუბრისგან იმ შემთხვევაშიც შესაძლებელია, როდესაც ვხედავთ მხოლოდ ირონიის ავტორის გამოსახულებას ხმის ტონის მოსმენის გარეშე. და ასევე, როდესაც გვესმის ირონიული გამონათქვამი, მაგრამ ვერ ვხედავთ ადამიანის გამოსახულებას (Aguert, 2022). როდესაც შეადარეს ექსპერიმენტის მონაწილეთა შედეგები, სადაც ერთმა ნაწილმა ირონიული გამონათქვამის აუდიო ვერსია მოისმინა, ხოლო მეორემ- მხოლოდ გამოსახულება, ირონია მეტი სიზუსტით გამოიგნეს მათ, ვინც ნახეს მხოლოდ გამოსახულება ხმის გარეშე. ეს მეტად საინტერესო შედეგია, ვინაიდან ლინგვისტები და ფსიქოლინგვისტები რამდენიმე ათეული წელია საუბრობენ და იკვლევებენ ირონიულ ტონს, ხოლო ირონიის ან სარკაზმის მიმიკური კოდის კვლევა შედარებით ახალი მიმართულებაა. აგუერტი ამბობს, რომ მისი კვლევის თანახმად, ირონიის დეკოდირებაში სახის გამომეტყველება უფრო სანდოა, ვიდრე ხმის ტონი (Aguert, 2022). ამავე სტატიში გამოყოფილია სამი ძირითადი მომენტი, რომელიც განასხვავებს ირონიას გულწრფელი ნათქვამისგან ხმით გამოხატვისა და გამომეტყველების მიხედვით. ესენია: 1. ირონიით მოსაუბრის მანერა უფრო ნელია. ის აკეთებს მეტ პაუზას, 2. ის ნაკლებად იღიმის და პირს მეტი სიხშირით ამოძრავებს, ტუჩებს მჭიდროდ კუმავს და პირის ერთ-ერთ კუთხეს ოდნავ წევს მაღლა, 3. ირონიით მოსაუბრეს იშვიათად აქვს თვალის კონტაქტი თანამოსაუბრესთან და ხშირად წევს წარბებს მაღლა (Aguert, 2022). ჩვენი აზრით, სწორედ ეს არის ის არავერბალური აუდიო-ვიზუალური გამოხატულება, რომელიც შეიძლება

ჩაითვალოს ირონიის აუდიო-მიმიკურ კოდად. თუმცადა, ამავე სტატიაში ნახსენებია, რომ ირონიის პარალინგვისტური კოდი არ უნდა შემოისაზღვროს მხოლოდ ნახსენებით, რადგან ირონიას მრავალფეროვანი ბუნება აქვს და წარმატებულმა ირონიამ, შესაძლოა, გამოხატოს არა მხოლოდ იმედგაცრუება, არამედ ბრაზი და ზიზღი (Aguert, 2022). ჩვენი კვლევის თანახმად ეს უკანასკნელი ერგება სარკასტული ირონიის ფორმას.

იქედან გამომდინარე, რომ წინამდებარე ნაშრომის ემპირიული მასალის ნაწილი ვერბალური და პიქტორიალური მაგალითებისგან შედგება, ბუნებრივია, კვლევის პროცესში შეუძლებელია განვიხილოთ მათში ირონიის თანმხლები, ბუნებრივად წარმოქმნილი აუდიო-ვიზუალური პარალინგვისტური ფაქტორები. აქედან გამომდინარე, აღნიშნულ ნაშრომში იგივე მიზეზების გამო ვერბალურ/პიქტორიალური მასალის კვლევა მთქმელსა და მსმენელს მოიაზრებს ფეისბუქ/ინსტაგრამ პოსტის ავტორისა და მკითხველის კონტექსტში. თუმცადა ირონიის და სარკასტული ირონიის ხმის ტონისა და მიმიკური კოდის თეორიული კვლევების მიმოხილვის პროცესში გაჩნდა შეკითხვა: „არის თუ არა შესაძლებელი, რომ ვერბალური ირონიის ან სარკაზმის კითხვის პროცესში მკითხველს გონებაში ესმოდეს ირონიული ან სარკასტული ტონი, ხოლო წარმოდგენაში ხედავდეს მათთვის დამახასიათებელ სახის გამომეტყველებას, რომელიც უნებლიედ ხდება ან არის არჩევითი, რომელიც იკვეთება ტექსტის წაკითხვის დროს და რეალიზდება აუდიალური/ვიზუალური წარმოსახვის საშუალებით? და მეორეს მხრივ, რადგან ირონიისა და სარკაზმისთვის დამახასიათებელი მიმიკა და ტონი არსებობს, შეიძლება თუ არა მათი იდენტიფიცირება ემპირიული მასალის ვერბალურ და პიქტორიალურ მაგალითებში ემოჯებისა და ემოტიკონებზე დაყრდნობით? ჩვენი აზრით, ეს შესაძლებელია. ამიტომ, სამომავლო კვლევითი გეგმების დასახვის მიზნით მომდევნო ქვეთავი აღნიშნული საკითხის/ჰიპოთეზის განხილვას ეძღვნება. მისი ღრმა ჭრილში კვლევა არ წარმოადგენს წინამდებარე ნაშრომის მიზანს.

## ***1.22. ირონიისა და სარკაზმის უნებლიე/არჩევითი წარმოსახვითი პარალინგვისტიკა როგორც სამომავლო კვლევის საკითხი***

**აუდიალური წარმოსახვითი პარალინგვისტიკა.** აღსანიშნავია, რომ დღესდღეობით უფრო და უფრო მეტი შრომა იწერება ფონოლოგიურ-პროსოდიკულ მანიშნებლებზე, რომლებიც ვლინდება ტექსტის ჩუმი კითხვისას. მაგალითად, ერთ-ერთი კვლევა ასკვნის, რომ ფონეტიკური აქტივაცია უნებლიედ ხდება ტექსტზე ლექსიკური წვდომის დროს (Perfetti, et al., 1988). მეორეში ვხვდებით ისეთ შედეგს, სადაც ექსპერიმენტის მონაწილე ადამიანები უფრო ნელა/ჩქარა კითხულობდნენ ტექსტს, როცა ნათლად იყო მინიშნებული, რომ ეს ტექსტი დაწერილია ნელი/ჩქარი მოსაუბრის მიერ (Alexander & Nygaard, 2008). ფილიკსა და ბარბერთან ვხვდებით ასეთ დასკვნას, რომ შინაგანი ხმა ჩუმი კითხვის პროცესში, ტექსტის მკითხველის ხმის მსგავსია (Filik & Barber, 2011).

კატზი და ჰასსი ექსპერიმენტის შედეგების თანახმად ამტკიცებენ, რომ ნამდვილად არსებობს სარკასტული ხმის ტონი, რომელიც გვესმის ტექსტის ჩუმი კითხვის დროს. ის ხასიათდება ისეთი ზედსართავი სახელებით, რომელიც ერთის მხრივ სენსორულ გამოცდილებას უკავშირდება (გემო, შეხება, ხმოვანება): ცივი, მომშხამველი, მკბენარი, მწარე, გამკვივანი/გამყივანი, მკვეთრი, ხრინწიანი და მეორეს მხრივ არასენსორულს (ის ხმის ტონს და დამოკიდებულებას აღწერს). არასენსორული ზედსართავი სახელებია: გამაღიზიანებელი, ბრაზმორეული, უხეში, მტრული, ყოყოჩი, ქედმაღლური, გულზვიადი (Katz, Hussey, 2017). აქვე აღსანიშნავია, რომ ექსპერიმენტში მონაწილე არც ერთ ადამიანს გამოუთქვამს აზრი, რომ დავალება იყო რთული შესასრულებლად ან გაუგებარი, რაც ირიბად იმის მანიშნებელია, რომ ისინი ბუნებრივად იყენებდნენ შინაგან/გონების ხმას როდესაც ჩუმი კითხულობდნენ ტექსტს (Katz, Hussey, 2017).

**ვიზუალური წარმოსახვითი პარალინგვისტიკის ჰიპოთეზა.** იქედან გამომდინარე, რომ აღნიშნული კვლევები ადასტურებს გონების ხმით წარმოსახვითი აუდიო პარალინგვისტიკის აქტივაციის შესაძლებლობას, წინამდებარე ნაშრომი აყენებს ჰიპოთეზას წარმოსახვითი ირონიის ვიზუალური პარალინგვისტიკის აქტივაციის საკითხზე. ჩვენი აზრით ეს შესაძლებელია და ამ მოსაზრებას ვაფუძნებთ კვლევებზე, რომელიც ადასტურებს ადამიანების წარმოსახვაში ემოციების წარმოდგენის შესაძლებლობას. ბლექმორის თანახმად, ემოცია და წარმოსახვა ერთმანეთის

გამააქტივირებელი ფაქტორებია. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ემოციამ შესაძლოა გააღვიძოს წარმოსახვა და პირიქით, წარმოსახვამ აღძრას ემოცია. შეიძლება ითქვას, რომ ერთი მეორის გარეშე არ არსებობს (განურჩევლად იმისა, თუ ამ ორიდან რომელი იქნება აქტივატორი) (Blackmore, 2024). რადგან ემოცია და წარმოსახვა კავშირშია ერთმანეთთან, ხოლო ირონია და სარკაზმი აღძრავს ან გამოხატავს კონკრეტული სახის ემოციებს, ჩვენი ჰიპოთეზა მდგომარეობს იმაში, რომ ირონიის და სარკაზმის შემთხვევაში, მსმენელის მიერ თუ სწორად მოხდა ირონიის ან სარკაზმის კონტექსტური დეკოდირება, ამან შესაძლოა გამოიწვევს ირონიის ან სარკაზმისთვის დამახასიათებელი ემოცია ადამიანში (ზიზღი, ბრაზი, დაცინვა), რომელთანაც ადამიანი ემოციურ კავშირს იგრძნობს შინაგანად. ემოციის განცდა ან წარმოდგენა ააქტიურებს ვიზუალურ წარმოსახვას (Loev, et al., 2022). რაც შესაძლებელს ხდის ვთქვათ, რომ ირონიისა და სარკაზმის ვიზუალური პარალინგვისტიკა წარმოსახვაში შესაძლოა აქტივირდეს ვერბალური ტექსტის კითხვისას და ეს პროცესი არჩევითი ან უნებლიეა. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ ის დამოკიდებულია ადამიანზე, რომელიც განიცდის ირონიის/სარკაზმის დეკოდირების შემდეგ შესაბამისი ემოციის ზეგავლენას. არჩევითია იმ შემთხვევაში, თუ მაგალითად ადამიანი მოქცეულია ექსპერიმენტის კონტექსტში და ევალება დააკვირდეს, ვერბალური ტექსტის წაკითხვის შემდეგ, ხედავს თუ არა წარმოდგენაში ვიზუალურ მხარეს, ხოლო უნებლიეა მაშინ, როდესაც ირონიისა და სარკაზმის შემცველი ვერბალურად აღწერილი სიტუაციის წარმოდგენა ხდება არაგანზრახულად და ბუნებრივად შექმნილ სიტუაციაში. აღნიშნული ჰიპოთეზა საჭიროებს სამომავლოდ დეტალურ კვლევას.

წინამდებარე ნაშრომის ფარგლებში მიზნად არ ვისახავთ სიღრმისეულად ვიკვლიოთ არჩევითი/უნებლიე წარმოსახვითი პარალინგვისტიკის არსებობის საკითხი ირონიის რეალიზაციის დროს, თუმცა, ამ მიმართულებით დღეს არსებული კვლევებიდან გამომდინარე, ვერც უგულვებელვყოფთ ასეთი ფენომენის არსებობას. წარმოსახვითი პარალინგვისტიკის საკითხი საკმაოდ ღრმა და ფართო თემაა და წარმოადგენს ცალკე კვლევის მასალას. ჩვენი მიზანია აღნიშნულ ნაშრომში წამოვჭრათ ეს საკითხი და დავსახოთ სამომავლო კვლევის მიმართულებად.

### *1.23. ემოჯები და ემოტიკონები როგორც ციფრული პარალინგვისტიკა*

როგორც წინა თავებში უკვე აღვნიშნეთ, პირისპირ საუბრის დროს ირონიის ან სარკასტული ირონიის დეკოდირება დამოკიდებულია რამდენიმე ფაქტორზე. მოსაუბრენი ეყრდნობიან, ერთის მხრივ, გამოთქმული აზრის შეუსაბამობას სიტუაციასთან მიმართებაში და, მეორეს მხრივ, მთქმელის ხმის ტონსა და გამომეტყველებას. თანამედროვე რეალობაში და სოციალური მედიის აღზევების ხანაში, პირისპირ საუბარი ინტენსიურად ნაცვლდება ციფრული მიმოწერით, სადაც ირონიის აკუსტიკურ-ვიზუალური პარალინგვისტიკური მარკერები არ ფიგურირებს და კონტექსტიც ხშირად ბუნდოვანია (Bettelli & Panzeri, 2023). აზრის ციფრულად გაცვლის საშუალებებია ელექტრონული მეილი (gmail, yahoo...), მყისიერი მესიჯი (instant messaging- facebook messenger, whatsapp, viber...), ციფრული ინტერაქცია ფეისბუქის სტატუსისა და კომენტარის ველის საშუალებით (facebook post and post commenting system), კომენტარის ველი ნებისმიერ საჯარო პოსტზე სხვადასხვა სოციალურ ქსელში, მათ შორის ინსტაგრამის, ფეისბუქის, თრედსის, თვითერის და სხვათა (commenting on Instagram, facebook, threads, twitter posts). კომუნიკაციის ჩამოთვლილი ხერხები არ გვამღვებს საშუალებას ვიკვლიოთ აუდიო-ვიზუალური პარალინგვისტიკა ტრადიციული გზით, თუმცა ვირტუალურ რეალობაში, ციფრული მიმოწერითი კომუნიკაციის დროს მომხმარებლები იყენებენ ემოჯებსა და ემოტიკონებს, რაც ვიზუალური პარალინგვისტიკის ჩანაცვლების საშუალებაა. აღნიშნულიდან გამომდინარე, საინტერესოდ მივიჩნიეთ მიგვექცია ყურადღება ციფრული კომუნიკაციის ამ გამოვლინებისთვის, რადგან წინამდებარე ნაშრომის ემპირიული მასალის კვლევა ითვალისწინებს ფეისბუქ და ინსტაგრამ პოსტებზე კომენტარების განხილვას, როგორც ორმხრივი კომუნიკაციის მოდელისა. თუ პირისპირ კომუნიკაციის დროს მოსაუბრეები ცოცხალ რეჟიმში აფიქსირებენ აზრს და გამოდიან მთქმელისა და მსმენელის როლში, წერილობითი ციფრული კომუნიკაციისას პოსტის ავტორი ითავსებს მთქმელის როლს, ხოლო კომენტარის ავტორი მსმენელია, რომელიც თავის აზრს, სურვილისამებრ, ხშირად ემოჯებისა და ემოტიკონების თანხლებით აფიქსირებს. ემოჯებისა და ემოტიკონების

გამოყენება ციფრულ კომუნიკაციაში უთანაბრდება ცოცხალი საუბრის დროს ვიზუალური პარალინგვისტიკის ფუნქციას. აღნიშნული საშუალებას გვამღვეს დავაკვირდეთ ირონიის/სარკაზმის დეკოდირების პროცესს ციფრული (წერილობითი) კომუნიკაციის მოდელის ფარგლებში. ამ პროცესში კი ემოციების ციფრულ გამოხატულებას (ემოჯები, ემოტიკონები) თავისი, საინტერესო როლი უჭირავს, რომელიც შეიძლება გავაიგივოთ ვიზუალური პარალინგვისტიკის გამოხატულებასთან ვირტუალურ სამყაროში. წინამდებარე ნაშრომში ემოჯებისა და ემოტიკონების გამოყენებას სოციალური ქსელების მომხმარებელთა მიერ სხვადასხვა ემოციური მდგომარეობის გამოსახატად, ვუწოდებთ ციფრულ პარალინგვისტიკას. მიგვაჩნია, რომ ემოჯები და ემოტიკონები ციფრული ფორმით გამოხატულ ტექსტში ემოციის ვიზუალური პარალინგვისტიკის კვლევის საშუალებას წარმოადგენს.

#### ***1.24. ემოტიკონებისა და ემოჯების როლი ირონიისა და სარკაზმის დეკოდირების დროს***

პირველი ემოტიკონი შეიქმნა სკოტ ფაჰლმანის მიერ 1982 წელს იმ მიზნით, რომ გაგზავნილი შეტყობინება ხუმრობით აღექვა მკითხველს. კერძოდ, ეს იყო კონკრეტული პუნქტუაციური ნიშნების კომბინაცია, :-), რომელიც ქმნის ღიმილიანი სახის ასოციაციას და აქვს გაუგებრობის თავიდან აცილების დანიშნულება (Fahlman, 2021). ემოტიკონები (emoticons or emotion icons) წარმოადგენს ტიპოგრაფიული სიმბოლოების თანმიმდევრობას, რომელიც იკითხება ერთი მხრიდან და ესადაგება გრძნობის ან ემოციის გამოხატვას (Rezabek & Cochenour 1998). ოცდამეერთე საუკუნის დასაწყისში ემოტიკონები ჩანაცვლდა ემოჯებით (იაპონური სიტყვიდანაა ნაწარმოები- „e” სურათი, „moji” ხასიათი), რომელიც სახის გამომეტყველების პიქტორიული სიმბოლოა (ტიპოგრაფიულიდან განსხვავებით). დღეს ემოჯი სიმბოლოების რიცხვი გაფართოვდა და მოიცავს ისეთ შინაარსებს, როგორცაა ობიექტების, ადგილების, ამინდის, ცხოველების, ტანსაცმლის, საყოფაცხოვრებო ნივთებისა და ა.შ. პიქტორიულ

გამოხატულება. ფაჰლმანის პირველი ემოტიკონის შექმნის შემდეგ, 40 წლის მანძილზე ემოჯების რაოდენობამ 3,633 მიაღწია (Emojipedia, September 2024)<sup>24</sup>.

ბოლო ათწლეულის მანძილზე, ბევრი მკვლევარი დაინტერესდა ციფრულ კომუნიკაციაში ემოჯების როლით, რადგან მათმა გამოყენებამ მასობრივი სახე მიიღო შეტყობინების მიმოცვლის პროცესში. წინამდებარე ნაშრომში ვფოკუსირდებით ისეთ კვლევებზე, რომლებშიც განხილულია ირონიისა და სარკასტული ირონიის განმსაზღვრელი ემოტიკონები/ემოჯები, რადგან ციფრული კომუნიკაციის დროს ისინი გარკვეულ როლს თამაშობენ ირონიის დეკოდირების პროცესში.



ბარონისა და კრისტალის თანახმად, ემოტიკონები ნამდვილად აღიქმება, როგორც ემოციის გამოხატულება (Baron 2002; Crystal 2006). ვულფი ამბობს, რომ ღიმილის, :-), და თვალის ჩაკვრის, ;-), ემოტიკონები მესიჯებში ასრულებს იუმორისა და სარკაზმის გამოხატვის ფუნქციას (Wolf, 2000). პროვინი და კოლეგები აგრძელებენ ამავე მოსაზრებას და ამატებენ, რომ ემოტიკონების მდებარეობა ნაწერში შეესაბამება პირისპირ საუბარში იმავე ემოციის გამოჩენის დროს (Provine et al. (2007). ემოჯიპედიაზე, რომელიც წარმოადგენს ემოჯების ბაზას, ირონიის, სარკაზმისა და ხუმრობის სიმბოლოს ამობრუნებული ღიმილიანი სახე, 😊, წარმოადგენს. განსხვავებულ კვლევებში, მაგალითად რეზაბეკსა და კოხენურთან სარკაზმისა და ირონიის მარკერებია თვალის ჩაკვრისა, ;-), და ენის გამოყოფის, :-P, ემოტიკონები (Rezabek & Cochenour 1998). დრესნერი და ჰერიგი აღნიშნავენ (Dresner & Herrig, 2010), რომ ემოტიკონების გამოყენება ზეგავლენას ახდენს სარკასტული წინადადების დეკოდირების პროცესზე და, შესაბამისად, ისინი ისეთივე მნიშვნელოვან ფუნქციას ასრულებენ, როგორც პუნქტუაციის ნიშნები. სკოვჰოლტი და სხვ. აღნიშნავენ, რომ დიდი რაოდენობით ღიმილის ემოტიკონი ირონიის სიგნალია (Skovholt et al., 2014). ბარბიერი და საგიონი თავინათ კვლევაში ადასტურებენ, რომ ირონიის შეფარული შინაარსის გადმოსაცემად მესიჯის წერის დროს გამოიყენება თვალის ჩაკვრის ემოტიკონი (Barbieri & Saggion, 2014). ტომპსონისა და ფილიკის ექსპერიმენტის შედეგად, სადაც მონაწილეებს უნდა

---

<sup>24</sup> <https://emojipedia.org/>

გამოეხატათ ცხადად მათი კომენტარის შინაარსი ირონიული იყო თუ გულწრფელი/ნეიტრალური, დადგინდა, რომ თვალის ჩაკვრისა და ენის გამოყოფის ემოტიკონების გამოყენება ჭარბობდა სარკასტულ კომენტარებში, ნეიტრალურთან შედარებით (Thompson & Filik, 2016).

დერკსისა და სხვ. (Derks et al., 2008) თანახმად, ემოტიკონების გამოყენება ცვლის შეტყობინების ვალენტობას. კერძოდ, მათი კვლევის თანახმად, მონაწილეებმა სარკასტულად მონიშნეს არა მხოლოდ ისეთი შეტყობინებები, რომლებსაც მოყვებოდა თვალის ჩაკვრის ემოტიკონი, არამედ ისეთი შერეული მესიჯებიც, რომელიც პოზიტიურ შინაარსს ატარებდა, მაგრამ სრულდებოდა სევდიანი, :-), ემოტიკონით. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ვერბალურად პოზიტიური ვალენტობის მატარებელი შეტყობინება ნეგატიური ვალენტობის მატარებელი ხდებოდა აღნიშნული ემოტიკონის გამოყენების შემდეგ. ვერბალურად გამოხატული აზრი, რომელიც მოიყოლებს საპირისპირო ან შეუსაბამო ემოტიკონს, ნეიტრალურ წინადადებას გადააქცევს ირონიულად ან სარკასტულად. მაგალითში „მის მიერ გამომცხვარი ნამცხვარი საშინელება იყო 😊“ პოზიტიური ემოჯის შეუსაბამობა ნეგატიურ ვერბალიზაციასთან აღნიშნულ წინადადებას ირონიულ ხასიათს აძლევს (Weissman & Tanner, 2018). ბეტელი და პანცერი, თავიანთ კვლევაში, ადასტურებენ ჰიპოთეზას, რომ ემოტიკონების ან ემოჯების სწორედ შეუსაბამო გამოყენება (ვერბალიზაციასთან მიმართებაში) წინადადებაში წარმოადგენს ირონიისა და სარკაზმის დეტექციის მთავარ ფაქტორს ციფრული ტექსტის კითხვის დროს. ანუ, პოზიტიური ვალენტობის მატარებელი მესიჯი, რომელსაც ახლავს უარყოფითი ემოციის გამომხატველი ემოჯი/ ემოტიკონი, ხაზს უსვამს შეუსაბამობას შეტყობინების ავტორის განზრახვაში, რაც მკითხველის ყურადღებას ამახვილებს და აძლევს სიგნალს, რომ წინადადება აღიქვას ირონიულად (Bettelli & Panzeri, 2023). ბეტელისა და პანცერის კვლევა იმითაც არის საინტერესო, რომ აქ არა მხოლოდ ემოციების ამსახველი ემოჯები იქნა გამოკვლეული, არამედ ისეთი ემოჯებიც, რომლებიც გამოხატავენ სხვა სიმბოლოებს (ქოლგა, მზე, მანქანა...). ექსპერიმენტისთვის შედგენილი ირონიულ/სარკასტული წინადადების სტრუქტურირების დროს მთავარი პრინციპი იყო შეუსაბამობა მის ვერბალურ (სიტყვა) და სიმბოლურ (ემოჯი) გამოხატულებებს შორის.

მაგალითად „It is a really wonderful day ”<sup>25</sup> დაბოლოვებული წვიმიანი ქოლგის ემოჯით, ან “This car is really slow ”<sup>26</sup> დაბოლოვებული სპორტული მანქანის ემოჯით. ხოლო ნეიტრალური წინადადების სტრუქტურირების დროს ვერბალური და სიმბოლური მხარე თანხვედრაში იყო, მაგალითად “საოცრად კარგი დღეა ☺” და მზის ემოჯი. ექსპერიმენტის შედეგად დადასტურდა, რომ ერთის მხრივ სწორედ წინადადების ვერბალურ და სიმბოლურ გამოხატულებებს შორის შეუსაბამობა განაპირობებდა ექსპერიმენტში მონაწილეთა უმრავლესობის მიერ წინადადების ირონიულად ან სარკასტულად აღქმას. ამავდროულად, წინადადებას აუცილებლად უნდა გადმოეცა ავტორის მხრიდან შემფასებლური დამოკიდებულება, რადგან, სხვა შემთხვევაში, წინადადება კარგავდა აზრს (Betteli & Panzeri, 2023, p20). დასაწყისში ვახსენეთ გრაისის მაგალითი- „ნახე, მანქანის ყველა მინა მთელია“- ამბობს მთქმელი მანქანაზე, რომლის ერთი მინაც ჩამსხვრეულია. აღნიშნულ წინადადებაში გვაქვს მოცემული შეუსაბამობა (ამ შემთხვევაში ფაქტსა და ვერბალიზაციას შორის) მაგრამ ის ვერ ჩაითვლება ირონიის მაგალითად, რადგან არ გამოხატავს შემფასებლურ დამოკიდებულებას მთქმელის მხრიდან (Grice, 1978; Betteli & Panzeri, 2023) და ამ წინადადების მსმენელი უბრალოდ განცვიფრდება აღნიშნული აზრის სიტუაციასთან მიმართებაში აბსურდულობით. ამის მიზეზი სწორედ ის არის, რომ ირონიული/სარკასტული რემარკის შესაბამისად აღსაქმელად, მხოლოდ შეუსაბამობა არ არის წინაპირობა, არამედ წინადადება აუცილებლად უნდა გამოხატავდეს მთქმელის შემფასებლურ დამოკიდებულებას (Betteli & Panzeri, 2023, p20).

## 2. თავი II. სოციალური ქსელები და კომპიუტერული დისკურსი

### 2.1. სოციალური ქსელები

სოციალური ქსელით კომუნიკაციას მეტად მნიშვნელოვანი როლი უჭირავს, როგორც ყოველდღიურ ცხოვრებაში, ასევე სოციალიზაციის მხრივ. სოციალური ქსელი

<sup>25</sup> „საოცრად კარგი დღეა“ (Betteli, Panzeri, 2023, p20)

<sup>26</sup> „ეს მანქანა ნამდვილად ძალიან ნელა დადის“ (Betteli, Panzeri, 2023, p20)

ფაქტობრივად წარმოადგენს ინდივიდის ვირტუალურ სახეს ელექტრონულ სივრცეში. მასალა, რომელიც ზიარდება პირად ან საჯარო გვერდზე, ბევრს მეტყველებს მისი მფლობელის ინტერესებზე, ინტელექტსა და მიზნებზე (Mason, 2012). აღნიშნული საშუალებას გვაძლევს, ვიკვლიოთ, თუ როგორი ფორმით ვლინდება ირონიის პრაგმატიკული ასპექტები ციფრულ რეალობაში და რა სოციალურ დანიშნულებას ასრულებს ის. ამ მიზნით, ემპირიული მასალა მოგროვდა ფეისბუკისა და ინსტაგრამის, როგორც ტოპ ხუთეულში შემავალი, ყველაზე ხშირად მოხმარებადი სოციალური ქსელების სივრციდან.

## **2.2. სოციალური ქსელის ზეგავლენა**

ვებ სისტემაზე დაფუძნებული სოციალური ქსელი, შესაძლებელს ხდის ერთმანეთს დაუკავშიროს ის ადამიანები, რომლებიც იზიარებენ საერთო პოლიტიკურ, ეკონომიკურ და სხვა შეხედულებებს. სოციალური ქსელის სისტემა ამ მხრივ მეტად სერიოზულად აღიქმება და წარმოადგენს მისი ცალკეული მომხმარებლის ვირტუალურ-სოციალურ სახეს, იგივე პროფილს. კომპანიები სოციალურ მედიას იყენებენ იმ მიზნით, რომ გამოარკვიონ თავიანთი თანამშრომლების შეხედულებები და სოციალური ქცევა (ამ შემთხვევაში იგულისხმება სოციალურ ქსელში ინდივიდის პიროვნების განსჯა მის მიერ სოციალურ საიტზე განთავსებული გზავნილების-პოსტების მიხედვით)<sup>27</sup>.

ფეისბუკი, ინსტაგრამი და სხვა სოციალური ქსელები, დიდი ხანია რაც საზოგადოებაზე ზეგავლენის კუთხით კვლევის ობიექტია. მკვლევარები ცდილობენ დაადგინონ, რამდენად არის მსგავსი საიტები კავშირში ისეთ საკითხებთან, როგორიცაა პიროვნების იდენტობა, კონფედენციალურობა, სოციალური კაპიტალი, ახალგაზრდული კულტურა და განათლება.

აღნიშნულიდან გამომდინარე, წინამდებარე კვლევაში გვინტერესებს, თუ როგორ ვლინდება ირონია ვირტუალურ გარემოში და თუ როგორ გავლენას ახდენს კომუნიკანტებზე სოციალური ქსელების სივრცე- რამდენად თავისუფალია ადამიანი

---

<sup>27</sup> ( [Social impact of the Internet § Social networking and entertainment](#) )

აზრის ირონიულად გამოხატვის დროს; ასევე, როგორია სოც. ქსელში ირონიის პრაგმატიკული გამოვლინება და რა არის მისი სოციალური ფუნქცია.

### **2.3. სოციალური ქსელების მნიშვნელობა და დანიშნულება**

ბოიდსა და ელისონს მოჰყავთ სტუდენტების მიერ სოციალური ქსელის აღწერა (Boyd & Ellison, 2008), რომელთა აზრითაც ინდივიდის „პროფილი სოციალურ ქსელში არის უნიკალური გვერდი, სადაც პიროვნება “ბეჭდავს” საკუთარ მე-ს რეალობაში“. სოციალური ქსელის სივრცეში შესაძლებელია ბლოგის, როგორც საჯარო გვერდის შექმნა, ხოლო ბლოგის მფლობელები ბლოგერებად მოიხსენებიან. მომხმარებელთა პროფილებზე ასევე არსებობს კომენტარების ველი, სადაც მათ მეგობრებს შეუძლიათ თავიანთი აზრების დაფიქსირება, რაც ორმხრივი ელექტრონულ კომუნიკაციაზე თვალის დევნებისა და შესწავლის საშუალებას იძლევა.

ვინაიდან სოციალური ქსელის სისტემაში მილიარდობით ადამიანი არის ჩართული, არსებობს ტენდენცია ე.წ. “ღია იდენტობის” გვერდების შექმნისა (Open ID/OpenSocial), რომელთა ადმინისტრატორები არიან კომპანიები, ორგანიზაციები ან ე.წ. „ინფლუენსერები“ და ბლოგერები- ადამიანები, რომლებიც ზეგავლენას ახდენენ საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებაზე, მათ სხვაგვარად მედიაპერსონადაც მოიხსენიებენ (House, 2006). მსგავსი ღია პროფილების შექმნის მიზანია ბრენდის ან ინდივიდის საქმიანობის სფეროს პიარი. ფეისბუქი და ინსტაგრამი საშუალებას აძლევს თავის მომხმარებლებს, გამოაქვეყნონ საკუთარი სოციალური ქსელის „კედელზე“ (ფეისბუქი) ან „ფიდზე“ (ინსტაგრამი) ნებისმიერი ტიპის ინფორმაციული გზავნილი- ტექსტის, ფოტოს, ვიდეოს, ბმულის, მიმის, გიფის ან ქარდის სახით და დაამყარონ მჭიდრო კავშირი თავიანთ აუდიტორიასთან.

### **2.4. რა ქმნის სოციალური ქსელების გამოყენების მოტივაციას?**

ჰოფმანის თანახმად სოციალური ქსელების გამოყენებაში ადამიანს ამოტივირებს ორი საბაზისო ფაქტორი: 1. საჭიროება მიეკუთვნოდეს სოციუმს, და 2. თვითწარდგენის ან თვითპრეზენტაციის მოთხოვნილება. მიკუთვნების მოთხოვნილება არის ქვეცნობიერი შიში გარიყვის და შესაბამისად სურვილი მოიპოვოს სოციუმის მხრიდან მიმღებლობა. თვით პრეზენტაციის მოთხოვნილების მიღმა კი შთაბეჭდილების მოხდენის სურვილია. ეს ორი სამოტივაციო ფაქტორი შესაძლოა ერთდროულად თანაარსებობდეს სოციალური ქსელის მომხმარებლებში ( Hofmann, 2011).

დეტერმინაციის თეორიის (determination theory) თანახმად (Deci & Ryan, 2000, 2008; Sheldon & Gunz, 2009), ადამიანებს ამოტივირებთ სამი საბაზისო ფსიქოლოგიური მოთხოვნილება: ავტონომიის შეგრძნება (თავისუფალი თვითგამოხატვის შესაძლებლობა), კომპეტენტურობის დემონსტრაცია (ნებისმიერ სფეროში, რაშიც ისინი თავს კომპეტენტურად თვლიან) და კავშირის ქონის საჭიროება (სიახლოვის და ჯგუფის წევრობის განცდა) ( Hofmann, 2011).

ადამიანის საბაზისო მოთხოვნილება მიეკუთვნებოდას ჯგუფს, დიდად არის დამოკიდებული სოციუმის მხარდაჭერაზე (Baumeister & Leary, 1995), ხოლო ოსტრაციზმი (გარიყვა) უარყოფითად მოქმედებს ჯანმრთელობაზე, თვითშეფასებასა და ემოციურ კარგადყოფნაზე, ცხოვრების აზრისა და მიზნის ქონაზე (Baumeister & Tice, 1990; Stillman et al., 2009;). თვითშეფასებისა და საკუთარი ღირებულების შეგრძნება მჭიდრო კავშირშია მიკუთვნებულობის მოთხოვნილებასთან (Brandtzaeg, 2009).

ჩვენი აზრით, რადგან მიკუთვნებულობისა და თვითპრეზენტაციის განცდა პიროვნების მოთხოვნილებების საბაზისო, ზოგადი და საერთო მახასიათებელია, შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ ის გამოხმაურებას ჰპოვებს ონლაინ სივრცეში სოციალური ქსელების მომხმარებელთა შორის.

ბრენდზტეგის კვლევის თანახმად მიზეზი იმისა, თუ რატომ იყენებენ ადამიანები სოციალურ ქსელებს არის შემდეგი: 1. საერთო ინტერესების მქონე ადამიანებთან კავშირი (shared interests) 2. გამოცდილებებისა და სურვილების გაზიარების შესაძლებლობა (experiences and needs) , 3. მხარდამჭერი გარემოს შექმნა სოციალურ რეალობაში (supportive

and sociable relationships), 4. სოციუმზე მიკუთვნებულობის ძლიერი განცდა (strong social feelings of belonging) , 5. საზიარო იდენტობის ქონის შეგრძნება. 6. საერთო ინტერესების მქონე თემში გაერთიანების შესაძლებლობის დაბალი ბარიერი (low barriers for entering the community). 7. პროდუქტზე ხელმისაწვდომობა (accessibility for end-products) (Brandtzaeg, 2009).

მაქუელი კი გამოყოფს შემდეგ ფაქტორებს: 1. ინფორმაციაზე წვდომა (information), 2. გართობა (entertainment) , 3. სოციალური ინტერაქცია (social interaction) 4. პიროვნული იდენტობა (personal identity) (McQuail, 1994, p.200.)

ბრენდტაეგის ნაშრომში ასევე ერთი საინტერესო მომენტი გამოვლინდა, კვლევაში მონაწილე ადამიანების ერთი ჯგუფის თანახმად უცნობ ადამიანებთან დისკუსიის გამართვა სხვადასხვა საკითხებზე საუბარს ხდის უფრო საინტერესოს და სოციალური ქსელების მომხმარებლებს ღიაობის სურვილს უჩენს, ხოლო მეორე ჯგუფისთვის სწორედ საწინააღმდეგო აზრების გამოვლენა არის ის, რაც ღირებულებას ანიჭებს დისკუსიას (Brandtzaeg, 2009).

## ***2.5. კომპიუტერული დისკურსი (Computer Mediated Discourse)***

პირისპირ კომუნიკაცია ყოველთვის იყო სოციალური ინტერაქციის უპირველესი ფორმა. თუმცა, თანამედროვე სამყაროს წარმოდგენა შეუძლებელია ციფრული კომუნიკაციისა და სოციალური ქსელების, ონლაინ პლატფორმების თუ მობილური აპლიკაციების გარეშე. სოციალური ქსელები უმნიშვნელოვანეს როლს თამაშობს იმ მხრივ, რომ აერთიანებს საზოგადოებას იდეებით, მოლოდინებითა და ემოციებით (Trudgill, 2006; Delos Reyes, 2018). მათი პოპულარობა განსაკუთრებით გაიზარდა კოვიდ-19 პანდემიის დროს. სოციალური ქსელებისა და სხვა ონლაინ პლატფორმების (Zoom, Googlemeet, messenger, Skype...) საშუალებით შესაძლებელი გახდა განათლების მიღების გაგრძელება და სოციალური ინტერაქცია მაშინ, როდესაც პირისპირ კომუნიკაცია წარმოადგენდა ვირუსის გავრცელების რისკ-ფაქტორს. ამრიგად, ონლაინ

პლატფორმებისა და სოციალური ქსელების არსებობამ, ნათესავებთან, მეგობრებსა და კოლეგებთან სოციალიზაციის შესაძლებლობა მისცა ინდივიდებს (Delos Reyes, 2018).

დისკურსი, რომელიც ვლინდება ონლაინ სივრცეში მჭიდრო კავშირშია ინდივიდსა მის კულტურულ იდენტობასთან, რომელიც ვლინდება კონტექსტურ, ვერბალურ და ასევე პარალინგვისტურ ნიშნებში (Hancock, 2004). ფეისბუკისა და ინტაგრამის მომხმარებლები ავლენენ თავიანთ გრძნობებსა და დამოკიდებულებებს კონტენტის საშუალებით, რომელსაც შესაძლოა ჰქონდეს ვერბალური (ვერბალური პოსტი, კომენტარი...), პიქტორიალური (ფოტო მასალა) ან ვიდეოგრაფიული (რილი და სხვა) სახე (Delos Reyes, 2018). ენა უსათუოდ წარმოადგენს საზოგადოების გაერთიანების საშუალებას (Trudgill, 2006), ხოლო ონლაინ დისკურსი, რომელიც ამოიზრდება სოციუმისთვის მნიშვნელოვანი საკითხების ირგვლივ და გამოხატვის არჩევანის ფორმები, რომელსაც მონაწილენი ანიჭებენ უპირატესობას, მეტყველებს იმ კონკრეტულ დამოკიდებულებებსა და რწმენებზე, რომელიც სახასიათოა ამა თუ იმ საზოგადოებებისთვის (Rusieshvili- Cartledge & Dolidze, 2021).

ირონიული დისკურსის უპირველესი მიზანი ციფრული მედით წარმოებულ კომუნიკაციაში (ისევე როგორც პირისპირ კომუნიკაციაში) არის მისკომუნიკაციის თავიდან არიდება და ინფორმაციის ისე მიწოდება, რომ მსმენელმა შეძლოს ნათქვამის სწორად შემეცნება. მთქმელის მიერ გამოთქმულ აზრში ირონიის დეკოდირება დამოკიდებულია მსმენელის უნარზე, მიუხედავად მას განზრახვას. წარმატებული ირონიის შემთხვევაში ვხედავთ დადებით, ხოლო წარუმატებელის შემთხვევაში- „უარყოფით“ ნიშანს (Hancock, 2004; Clark, 1996). ციფრული კომუნიკაციის შემთხვევაში, დადებითი ნიშანი (positive evidence) ვლინდება ადრესატის ექსპლიციტური რეაქციით, სოციალური ქსელის კომენტარის ველში, როგორცაა ციფრული პარალინგვისტიკა-სიცილის, დიმილის ემოჯი/ემოტიკონი ან მთქმელის ირონიული გამონათქვამზე შესაბამისი ირონიული პასუხი. ამგვარად დასტურდება, რომ ირონიით მოსაუბრის მიზანი მსმენელმა სწორად გაშიფრა. ალტერნატიულ ვარიანტში, უარყოფითი ნიშნის (negative evidence) შემთხვევა გულისხმობს, რომ მსმენელმა ირონიული გამონათქვამის მხოლოდ პირდაპირი, სიტყვიერი მნიშვნელობა აღიქვა და ვერ მოახდინა მეორადი (და ამ

შემთხვევაში მთავარი), ანუ ირონიული მნიშვნელობის დეკოდირება (Coates, 1991; Gibbs, 2000; Hancock, 2004).

ჰენკოკის თანახმად ირონიით მოსაუბრე თავისი საკომუნიკაციო მიზნის განსახორციელებლად ეყრდნობა რამდენიმე სტიმულატორს (cue) (Hancock, 2004). ეს შეიძლება იყოს საერთო ფონური ცოდნა, სახის გამომეტყველება, ხმის ტონი და ა.შ. იმ მიზნით, რომ ნათქვამით განახორციელოს ისეთი საკომუნიკაციო ფუნქცია, როგორცაა იუმორი ან კრიტიკა. მსგავსი სტიმულატორებით ვირტუალური საკომუნიკაციო სივრცე პირისპირთან შედარებით მეტად შეზღუდულია. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ციფრული ტექსტით განხორციელებულ მიმოწერაში, მკითხველი ვერ დაეყრდნობა ისეთ პარალინგვისტურ ნიშნებს როგორცაა ხმის ტონი და სახის გამომეტყველება. თუმცადა, ემოჯებისა და ემოტიკონების სახის არავერბალურმა საკომუნიკაციო საშუალებამ შესაძლოა მიუთითოს მკითხველს ნათქვამის ირონიულ განზრახვაზე (Walther & D'Addario, 2001; Hancock, 2004), რაც წარმოადგენს კიდევაც ჩვენი კვლევის ერთ-ერთ ასპექტს.

რომ შევაჯამოთ, ფეისბუქსა და ინსტაგრამზე შესაძლებელი პოსტის გაზიარებისა და მასზე დაკომენტარების ფუნქცია, ორმხრივი წერილობითი კომუნიკაციის ციფრულ ანალოგს წარმოადგენს. მეტიც, პოსტისა და კომენტარის ავტორის სიტყვებისა და აზრის დაფიქსირების სტილის არჩევანი დამოკიდებულია გარემოებებსა და გამონათქვამის ავტორის მიზნებზე (Trudgill, 2006; Delos Reyes, 2018). შესაბამისად, აღნიშნულ სოციალურ ქსელებში ემპირიული მონაცემების ანალიზის დროს წამოიჭრა შემდეგი შეკითხვები:

- ვლინდება თუ არა (და თუ კი ვლინდება მაშინ რა ფორმით) ირონიული თვალთმაქცობა ფეისბუქისა და ინსტაგრამის ვერბალურ, პიქტორიალურ და ვიდეოგრაფიულ პოსტებში?

- ვლინდება თუ არა ციფრულ დისკურში ირონიული ჰიპერბოლა, რიტორიკული ირონია, ირონიული დასტური და ირონიული შეთავაზება (Kumon-Nakamura, Glucksberg, Brown, 1995)?

- გვაქვს თუ არა სიტუაციური და დრამატული ირონიის მაგალითები (Attardo, 2000) ირონიით მოსაუბრესა და მკითხველს შორის არსებული ფონური ცოდნა ახდენს თუ არა ზეგავლენას სოციალურ ქსელში ირონიის დეკოდირების პროცესზე?

- როგორ ურთიერთდამოკიდებულებას ავლენს სოციალურ ქსელში წარმოებული კომუნიკაცია გვერდის მფლობელსა და მის აუდიტორიას შორის და რა ფუნქციას ასრულებს ამ დროს ირონია?

## **2.6. მედია პერსონასა და აუდიტორიას შორის ურთიერთდამოკიდებულება**

ჰაუსის თანახმად, ჩვენ ვცხოვრობთ მედია-პერსონების საუკუნეში (House, 2006). ეს ფენომენი წარმოშვა ტექნოლოგიებისა და განსაკუთრებით სოციალური ქსელების არსებობამ. ვინ არის მედია პერსონა? ეს არის საზოგადოების ფართე მასისთვის ცნობილი პერსონა, მსახიობი, მომღერალი ან ნებისმიერ სხვა სფეროში მოღვაწე საჯარო პიროვნება, რომელიც ასრულებს საჯარო როლს (House, 2006). მედია პერსონები თავდაპირველად წარმოშვა ტელევიზიამ, ხოლო შემდეგ ისინი გამოჩნდნენ სოციალურ ქსელებში. მათ რიგში არიან ბლოგერები, იგივე ინფლუენსერები.

ბრაუნის (Brown, 2015) მიერ სოციალურ მედიაში ჩართულობის ანალიზის თანახმად , მედია პერსონებსა და მედია მომხმარებლებს შორის დამოკიდებულების რამდენიმე ფორმა არებობს: 1. იდენტიფიკაცია, 2. ტრანსპორტაცია 3. პარასოციალური ინტერაქცია, 4. გაღმერთება.

„იდენტიფიკაცია“. იდენტიფიკაციას აქვს ადგილი მაშინ, როდესაც მედიამომხმარებლები ებმებიან გამიზნულ ძიებში ისეთი მედია პერსონებისა, ვინც მათში იწვევს აღფრთოვანებას ამა თუ იმ მიღწევით და ვისთანაც აღნიშნული მიზეზების გამო ისურვებდნენ იდენტიფიცირებას (Brown, 2015). როცა მსგავს პიროვნებას აღმოაჩენენ, ისინი აიდენტიფიცირებენ საკუთარ თავს მედია პერსონის შეხედულებებთან, ღირებულებებსა და რწმენებთან. ასეთი ტიპის აუდიტორიის ჩართულობას ბრაუნი უწოდებს „იდენტიფიკაციას“. მის მიღმა თეორია გულისხმობს იმას, რომ ერთი ინდივიდი იზიარებს (ან სჯერა რომ იზიარებს) მეორეს ინტერესებს (Brown, 2015).

შემდეგი ფორმაა „ტრანსპორტაცია“, რომლის საშუალებითაც მედია მომხმარებელი სრულიად „იძირება“ ნარატივში. თავდაპირველად აღნიშნული ვრცელდებოდა მხატვრულ ლიტერატურაზე (არსებობს გამოთქმაც „წიგნში ჩავიძირე“), მაგრამ თანამედროვე სამყაროში ზეგავლენის ეს ფორმა ვრცელდება ნებისმიერ მედიაზე, რომლის საშუალებითაც იქმნება ნარატივი (Green, 2004). ტრანსპორტაციის პროცესში აუდიტორია ემოციურად და ფსიქოლოგიურად ერთვება ნარატივში და ამით ღებულობს სიამოვნებას (Green et al., 2004).

მედია მომხმარებლის მხრიდან დამოკიდებულების აღნიშნული ფორმის გამოვლენას არ ველოდებით შერჩეული ემპირიული მასალის ბუნებიდან გამომდინარე. იმისთვის, რომ რეალიზდეს ტრანსპორტაციის ფორმისთვის დამახასიათებელი დამოკიდებულება, საჭიროა ნარატივი, ერთიანი თხრობითი ხაზის არსებობა მედია პერსონის მხრიდან. კვლევაში განხილული მაგალითები კი დამოუკიდებლად არსებული ერთეულებია და ერთი ისტორიის გაგრძელებას არ წარმოადგენს.

“პარასოციალური ინტერაქცია“ წარმოადგენს ფსევდო-ურთიერთობის ფორმირებას მედია ფიგურასთან (Merton, 1946). ეს არის წარმოსახვითი ინტერაქცია მედიის მომხმარებელსა და მედია პერსონას შორის, რომელიც დროის გასვლის შემდეგ ყალიბდება ცალმხრივ, ე.წ. პარასოციალურ ურთიერთობად (Horton & Wohl, 1956).

თუმცა, სოციალური ქსელების ეპოქაში, მედია მომხმარებლებს აქვთ საშუალება მედია პერსონებთან ინტერაქციის ფეისბუკის, ინსტაგრამის, ტვიტერის, ფანების გვერდის, ან სხვა სახის საინტერაქციო მედიის გზით. აღნიშნულის საფუძველზე პარასოციალური, ანუ „წარმოსახვითი“ ინტერაქციის არსებობასაც გამოვრიცხავთ ემპირიული მასალის მაგალითების ბუნებიდან გამომდინარე.

„გალმერთება“ ან „თაყვანისცემა“ წარმოადგენს ბოლო კატეგორიას და ზეგავლენის უკიდურეს ფორმას. ამ დროს მედია მომხმარებელი აიდეალებს მედია პერსონას იმდენად, რომ მისგან ქმნის ერთგვარ კერძს, ღვთაებას (Giles & Maltby, 2004). ვინაიდან ჩვენი კვლევისთვის შერჩეული ემპირიული მასალის არცერთი მაგალითი არ წარმოადგენს მსოფლიოში ცნობილი ინდივიდების მიერ საჯაროდ გაზიარებულ მასალას/პოსტს,

გადმერთების დამადასტურებელი დამოკიდებულების არსებობის მოლოდინიც არ გვაქვს საკვლევი მასალის ბუნებიდან გამომდინარე.

### **3. თავი III. ნაშრომის მეთოდოლოგია**

#### **3. ემპირიული მასალის კვლევა.**

##### ***3.1. მონაცემთა ანალიზი და პროცედურები***

მონაცემთა ანალიზისთვის დავეყრდენით ირონიის სოციო-პრაგმატიკული ფუნქციების განსაზღვრის დარგში ჩატარებულ კვლევებს და ემპირიული მასალა განვიხილეთ შემდეგ თეორიულ სქემაზე დაყრდნობით:

**ექოიკური ხსენება** (Sperber & Wilson, 1981). სპერბერისა და უილსონის განმარტებით, ირონიული საუბრისას მთქმელი იმეორებს ადრე გამოხატულ საკუთარ ან სხვის აზრს, მაგრამ ამავდროულად გამოხატავს უარყოფით დამოკიდებულებას ნათქვამის მიმართ. ექოიკური ირონიის წარმატების საფუძველს წარმოადგენს მსმენელის უნარი სწორად შეაფასოს მთქმელის დამოკიდებულება და შეძლოს მასში „ხსენების“ მომენტის იდენტიფიკაცია.

**ირონია როგორც ალუზიური თვალთმაქცობა** (Kumon-Nakamura et.al, 1995) გულისხმობს, რომ ვერბალური ირონია არღვევს „კმაყოფილების პირობას“ (felicity condition). „კმაყოფილების პირობის“ არსებობის დროს სპიკერი ასრულებს დაპირებულ ქმედებას, ხოლო მსმენელს აქვს მისი შესრულების მოლოდინი. ალუზიური თვალთმაქცობის თეორიის მიხედვით, ირონია ამ პირობას არღვევს ორ დონეზე: 1. მთქმელის გულწრფელობის მხრივ – სპიკერი ირონიულ კონტექსტში შესაძლოა სტყუოდეს ან ამბობდეს სიმართლეს; 2. მოლოდინის დარღვევით – ირონიული ფრაზა მიანიშნებს იმ მოლოდინზე, რომელიც მსმენელს გააჩნდა. ირონიული მაგალითების შეფასებისას ასევე გავითვალისწინეთ „მოულოდნელობის ეფექტი“, რომელსაც კონტექსტისა და პირდაპირი მნიშვნელობის შეუსაბამობა ქმნის (Kumon-Nakamura et al., 1995).

სარკასტული ირონია, როგორც სახის რღვევის აქტი (Brown & Levinson, 1987). სარკასტული ირონიის საიდენტიფიკაციოდ ავიღეთ ბრაუნისა და ლევინსონის სახეზე შეტევის თეორია. ტერმინი „სახე“ გულისხმობს პიროვნების იმიჯს საზოგადოებაში, ხოლო მისი რღვევის აქტი ამ იმიჯის დაზიანების მცდელობას წარმოადგენს. მას ახასიათებს აგრესიული გამოვლინება.

კოოპერაცია და იმპლიკაცია (Grice, 1975) ირონიის დეკოდირების პროცესში ერთ-ერთ მთავარ კონცეფციას წარმოადგენს.

მაქსიმების დარღვევა (Grice, 1975, Brown & Levinson, 1987). კვლევის დროს გავითვალისწინეთ, რომ წარმატებული ირონიის შემთხვევაში მოქმელი არღვევს გრაისის მიერ შემოთავაზებულ 4 მაქსიმას (ხარისხის, რაოდენობის, რელევანტურობისა და მანერის) და ბრაუნისა და ლევინსონის მიერ შემოთავაზებულ თავაზიანობის პრინციპს.

არათავაზიანობის თეორია (Culpaper, 2008). აღნიშნული თეორია დაგვეხმარა განგვესაზღვრა სამი ასპექტი, რომელიც უნდა განხორციელდეს იმისთვის, რომ მოქმედება იდენტიფიცირდეს, როგორც ჭეშმარიტად არათავაზიანი საკომუნიკაციო ქმედება. ესენია: 1. მოქმელი გამიზნულად აყენებს შეურაცხყოფას მსმენელს; 2. მსმენელი ნათქვამს აღიქვამს, როგორც გამიზნულად არათავაზიანს; 3. ხსენებული მომენტები რეალიზდება ერთდროულად.

ირონიის ფორმები. სოციალურ მედიაში ირონიის ფორმების გამოსავლენად, თეორიულ მასალაზე დაყრდნობით, ჩვენ შევარჩიეთ ირონიის 18 სახეობა: 1. ირონიული ლიტოტესი, 2. ირონიული ციტირება, 3. ირონიული შემახილი, 4. ირონიული შეფასება, 5. ირონიულ-რიტორიკული შეკითხვა, 6. ირონიული შეთავაზება, 7. მეტისმეტად თავაზიანი თხოვნა, 8. სარკასტული ირონია, 9. თვითირონია, 10. სიტუაციური ირონია, 11. მეგობრული ხუმრობა, 12. სოკრატისეული ირონია, 13. დრამატული ირონია, 14. ვერბალური ირონია, 15. ირონიული ჰიპერბოლა, 16. ირონიული კრიტიკა, 17. ირონიული ქება, 18. ირონიული თვალთმაქცობა. აღნიშნული ფორმები დაგვეხმარა

დავკვირვებოდით ირონიის პრაგმატიკული ფუნქციის გამოვლინებას სოციალური ქსელის ინგლისურ და ქართულ მაგალითებში.

**ირონიის სოციალური ფუნქციის** (Dews et al., 2009) განსასაზღვრად ჩვენ გავყევით დიუსისა და კოლეგების თეორიას, რომლის მიხედვით ირონია ძირითადად ასრულებს ოთხი სახის სოციალურ ფუნქციას. ესენია: იუმორი (არბილებს კრიტიკას და იწვევს სახალისო რეაქციას), სტატუსის ამაღლება (მისი მიზანია საკუთარი იმიჯის ამაღლება სხვისი იმიჯის დადაბლების ხარჯზე), ემოციური კონტროლი (აუღელვებელი მანერით სხვისი გამასხარავება), აგრესია (მისი ფუნქციაა თავს დაესხას მსხვერპლს აგრესიული მანერით). ამ უკანასკნელით ჩვენ გავზომეთ სარკასტული ირონიის სოციალური ფუნქცია.

შესწავლილი მაგალითების ნიმუშებიდან გამომდინარე, დიუსისა და მისი თანაავტორების ხსენებულ 4 კატეგორიას ჩვენი მოკრძალებული პოზიციით დავუმატეთ კიდევ ერთი, რომლის მიხედვით ირონიით შესაძლებელია გადმოიცეს ემპათიური მოწოდება დადებითი ცვლილებისკენ.

**ირონიის სიტუაციური ხასიათი** (Kotthoff, 2003). ემპირიული კვლევის ფროს დავეყრდენით კოტოფს, რომლის თანახმადაც ირონიას აქვს სიტუაციური ხასიათი და სხვადასხვა გარემოში იგი ასრულებს განსხვავებულ როლს (Kotthoff, 2003).

**ზიარი ფონური ცოდნა და შემაერთებელი კონტენტი** (Katz, 2005; Garmendia, 2018). მაგალითებში მთქმელსა და მსმენელს შორის წარმატებული ირონიის იდენტიფიკაციის პროცესის გასაზომად მივმართეთ ზიარი ფონური ცოდნისა (Katz, 2005) და შემაერთებელი კონტენტის (Garmendia, 2018) არსებობის მნიშვნელობას. კერძოდ, ირონიის სწორად დეკოდირებისთვის მნიშვნელოვანია, თუ როგორია კომუნიკაციაში მყოფ ადამიანებს შორის ურთიერთობის ფორმა, როგორია მათი სოციალური როლი საზოგადოებრივ ცხოვრებაში, მათი საქმიანობის სფერო და სხვა სოციო-კულტურული კონტექსტი. ხოლო შემაერთებელი კონტენტი (Garmendia, 2018) მსმენელისთვის

შემაკავშირებელ „ხიდს“ ქმნის ირონიულ ნათქვამსა და ნაგულისხმევს შორის და ეს კონტენტი ყოველთვის უარყოფითი შინაარსისაა.

**ირონიისა და სარკასტული ირონიის თანმხლები აუდიო-ვიზუალური პარალინგვისტიკა** (Fónagy, 1971; Cutler, 1974; Anolli et al., 2000; Fónagy, 1971; Haverkate, 1990; Ekman & Friesen, 1986). აღნიშნულ მასალაში ირონიისა და სარკაზმის აუდიო-ვიზუალური მახასიათებლების შესაფასებლად დავეყრდენით ფონაგის, კატლერის, ანოლისა და კოლეგების, ჰავერკეიტის, ეკმანისა და ფრიესენის კვლევებს და მათთან გამოკვეთილი შედეგების შეჯამებით გამოვიყვანეთ ირონიისა და სარკასტული ირონიის შემდეგი აუდიო-ვიზუალური კოდები:

**ირონიის აუდიო-კოდი:** „გულ-მკერდის ხმა“. ახასიათებს ძლიერი შეკუმშვა ფილტვებში და დაბალი ტონალობა, ხმაში ხრინწი (Fónagy, 1971); წინადადება სრულიად ან ნაწილობრივ ნაზალიზებულია, წინადადების ტემპი შენელებული, ერთი ან მეტი სიტყვა გამოკვეთილი, მარცვლების წარმოთქმის მანერა გაზვიადებული (Cutler, 1974).

**სარკასტული ირონიის აუდიო-კოდი:** ძალიან მაღალი ტონალობა, მდგრადად მაღალი სიხშირის ენერგია. ხმის ხარისხი მაღალი და შევიწროვებული (Anolli et al., 2000, p. 300). დამახასიათებელია რეგისტრის ცვლილება. სარკასტულ ირონიას „თავის ხმას“ უწოდებენ. ის გამჭოლია და იკუმშება ხორხში (Fónagy, 1971). ენერგია იმატებს და ხმის ტონალობა ადის მაღალ რეგისტრში, თუმცა შესაძლოა დარჩეს დაბლაც, მაგრამ ენერგიის სიხშირე ხმაში ისევ ძლიერი იქნება. სარკასტულ ირონიასაც შესაძლოა ახასიათებდეს ბგერების ნაზალიზაცია (Haverkate, 1990)

**ირონიის მიმიკური კოდი:** დახურული პირი, ტუჩის ერთი კუთხე აწეული. შესაძლოა შეიჭმუხნოს ცხვირი. წარბები ხშირად მოძრაობს მაღლა-დაბლა, ან უბრალოდ იწევს მაღლა, მზერა ზოგჯერ ნეიტრალურია, ზოგჯერ შევიწროვებული, ზოგჯერ დაჟინებული (Ekman & Friesen, 1986);

**სარკასტული ირონიის მიმიკური კოდი:** შეღებული პირი, შესაძლოა ჩანდეს ზედა კბილები, ცხვირის გვერდებზე ჩანს ნაოქები, თვალები ელავს და მჭიდროდაა ფოსოში

ჩამჯდარი, ერთგვარი დაჟინებული მზერის ვიზუალი აქვს. წარბები შეკრულია ან ადის მაღლა (Ekman & Friesen, 1986).

**უნებლიე წარმოსახვითი პარალინგვისტიკა** (Katz & Hussey, 2017). ეს საკითხი სამომავლო კვლევის საგნად არის დასახული მოცემულ სადისერტაციო ნაშრომში, თუმცა ვერბალური მასალის კვლევის პროცესში ჰიპოთეტურად ვახსენებთ მისი აქტივირების შესაძლებლობის საკითხს.

**ციფრული პარალინგვისტიკა** (Bettelli & Panzeri, 2023). კვლევებმა გამოავლინა, რომ დიმილის, ენის გამოყოფისა და თვალის ჩაკვრის ემოტიკონი ასრულებს ირონიისა და სარკაზმის გამოხატვის ფუნქციას (Woolf, 2000); ასევე, ირონიისა და სარკაზმის ნიშანია, როდესაც პოზიტიური ვალენტობის მატარებელ მესიჯს ახლავს უარყოფითი ემოციის გამომხატველი ემოჯი, რაც ხაზს უსვამს შეუსაბამობას ავტორის განზრახვასა და ნათქვამის ვერბალურ ფორმულირებაში, ხოლო მკითხველს აძლევს სიგნალს, რომ წინადადება გაშიფროს როგორც ირონიული/სარკასტული (Bettelli & Panzeri, 2023). ამ მიგნებებით შევეცადეთ ემოჯების როლი გამოგვეკვლია.

**კომპიუტერული დისკურსი** (Rusieshvili- Cartledge & Dolidze, 2021, Hancock, 2004). ციფრული დისკურსი უსათუოდ წარმოადგენს ორმხრივ კომუნიკაციას, რომლის კვლევის საშუალებასაც იძლევა სოციალური ქსელის საჯარო პოსტის (სტატუსი, ფოტო, რილი) გაზიარებისა და მასზე დაკომენტარების ფუნქციები. კომენტარების ველის საშუალებით გახდა შესაძლებელი გამოგვეკვლია, თუ რამდენად შესაძლოა ირონიის/სარკასტული ირონიის დეკოდირება პოსტის მნახველმა და რა იყო ამ პროცესის ხელისშემწყობი ან ხელისშემშლელი ფაქტორები. მათი ექსპლიციტური რეაქციები კომენტარების ველში ჩვენ დავაჯგუფეთ ჰენკოკის დადებითი და უარყოფითი ნიშნის კატეგორიის მიხედვით (Hancock, 2004). დადებითი ნიშანი ფიქსირდება მაშინ, როდესაც კომენტარი ავლენს რომ მისმა ავტორმა სწორად მოახდინა ირონიის დეკოდირება, ხოლო უარყოფითი ავლენს საპირისპიროს. აღნიშნულზე დაყრდნობით, ნაშრომში შემოთავაზებულია კომენტარების შემდეგი სახით დაჯგუფება: 1. უარყოფითი ან დადებითი ნიშნის მატარებელი ემოჯები/ემოტიკონები, 2. მოკლე ვერბალური კომენტარი

+/- ნიშნით 3.გრძელი ვერბალური კომენტარი +/- ნიშნით კომენტარის ავტორის პოზიცია დავაჯგუფეთ შემდეგ კატეგორიებად: 1. დასტური- ადამიანი იზიარებს პოსტში გამოთქმულ პოზიციას, 2. ნეიტრალური წინააღმდეგობა- კომენტარის ავტორი არ იზიარებს პოსტის ავტორის პოზიციას და ნეიტრალურად ასაბუთებს საკუთარს, 3. აგრესიული წინააღმდეგობა- კომენტარის ავტორი არ იზიარებს პოსტის ავტორის აზრს და შეურაცხმყოფელი ფორმით გამოხატავს სათქმელს.

**სოციალური ქსელების გამოყენების მოტივაცია და ირონიის როლი** (Hofmann, 2011; Brandtzaeg, 2009). პიროვნების მიერ სოციალური ქსელის გამოყენების მოტივაციის საკითხის საკვლევად ჩვენ გავყევით ჰოფმანს, რომელიც ამბობს, რომ დეტერმინაციის თეორიის თანახმად (Sheldon & Gunz, 2009), მომხმარებლებს ამოტივირებთ სოციალური ქსელის გამოყენების სამი ძირითადი მოთხოვნილება: 1. ავტონომიის შეგრძნება, რაც გულისხმობს თავისუფლად თვითგამოხატვის შესაძლებლობას, 2. კომპეტენციის დემონსტრაცია, და 3. კავშირის ქონის მოთხოვნილება (Hofmann, 2011).

### **3.2. ემპირიული მასალის ანალიზი**

წინამდებარე თავი წარმოადგენს ნაშრომის ემპირიული მასალის ანალიზს. ანალიზი განვახორციელეთ ირონიისა და სარკასტული ირონიის სოციო-პრაგმატიკული ასპექტების ხარისხობრივი და რაოდენობრივი კვლევის გზით, ლინგვისტურ-სემანტიკური და ინტერკულტურული დაკვირვების საფუძველზე.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ირონიის სოციო-პრაგმატიკულ ასპექტზე მსჯელობის დროს ვეყრდნობით შემდეგ კომპონენტებს: 1. ირონიის ნაირსახეობა, რომელიც ვლინდება ემპირიულ მასალაში 2. ალუზიური თვალთმაქცობის თეორიის არაგულწრფელობისა და მოლოდინის რღვევის კომპონენტების მნიშვნელობა (Nakamura et al., 1995); 3. ზიარი ფონური ცოდნის მნიშვნელობა (Colston & Katz, 2005) და შემაერთებელი კონტენტი (Garmendia, 2018). 4. ირონიის სიტუაციური ხასიათი (Kotthoff, 2003) 5. ციფრული პარალინგვისტიკის გამოვლინება და მისი როლი (ემოჯები და ემოტიკონები) ვერბალური ირონიის მაგალითების დეკოდირების პროცესში (Bettelli &

Panzeri, 2023); 5. დადებითი/უარყოფითი ნიშნის (Hancock, 2004) სტატისტიკა კომენტარებში 6. ირონიის სოციალური ფუნქცია (Dews et al, 2009). 7. ირონიისა და სარკასტული ირონიის აუდიო-ვიზუალური პარალინგვისტური ფაქტორები (Fónagy, 1971; Cutler, 1974; Anolli et al., 2000; Fónagy, 1971; Haverkate, 1990; Ekman & Friesen, 1986).

ნაშრომის ემპირიულ მასალა მისი ფორმატიდან გამომდინარე სამ კატეგორიად იყოფა.

**კატეგორია N1. ვერბალური სტატუსები ფეისბუკზე.** იგი წარმოადგენს ინდივიდების მიერ ფეისბუკზე გავრცელებულ ვერბალური სტატუსების ერთობლიობას. თემატური კრიტერიუმით გამოვარჩიეთ 16 ქართული (ჯამში 7 მაგალითი) და ინგლისურენოვანი (ჯამში 9 მაგალითი) სტატუსი, რომელიც გამოქვეყნდა ფეისბუკზე 2020 წლის კოვიდ-19 პანდემიის მარტი-აპრილის თვეებში. შედარებითი ანალიზის სასაფუძველზე აღნიშნული სტატუსები გადავაჯგუფეთ 5 ძირითად კატეგორიებში. ესენია: 1) პროტესტი რეგულაციებზე, 2) თვითზოლაცია და პარანოია, 3) თვითზოლაციაში დროის გაყვანის საშუალებები, 4) პოლიტიკოსები და საეკლესიო პირები, 5) პანდემიური შემოქმედებითობა.

**კატეგორია N2. ფოტო-პოსტები ინსტაგრამზე.** ეს კატეგორია წარმოდგენილია პიქტორიალურ ფორმატში და მოიცავს მედია-პერსონის ინსტაგრამ გვერდზე გამოქვეყნებულ მისივე ხელოვნების ნიმუშების ფოტოების კვლევას. თვისობრივი და ხარისხობრივი კრიტერიუმით გავაანალიზეთ 14 ასეთი ნიმუში. ამ გვერდზე განთავსებული მაგალთების ანალოგიც არ მოიძებნა ქართულ ინსტაგრამ გვერდებზე. შესაბამისად, მოცემულ კატეგორიაში ამ მხრივ ვერ განვახორციელებთ შედარებითი ანალიზი. თუმცადა, კომენტარების საშუალებით მაინც შესაძლებელი გახდა ირონიის ინტერკულტურული ასპექტის კვლევა. ასევე, მასალის აღნიშნულმა კატეგორიამ საშუალება მოგვცა გამოგვევლინა წინამდებარე ნაშრომში შემოთავაზებული ირონიის სოციალური ფუნქციის მეხუთე ტიპი- *ირონია როგორც ემპატიური მოწოდება დადებითი ცვლილებისკენ*. აღნიშნულ თავში ემპირიული მასალა დაჯგუფდა 5 თემატური კატეგორიის სახით: 1. ირონია ანტიკური წიგნების ყდებზე. 2. ირონია წიგნების

შეპირისპირებაზე 3. ირონია მუსიკალური ფირფიტების ყდაზე 4. ირონია ძველ ჩანთებზე  
5. ირონიული პოსტერები.

**კატეგორია N3. რილები ინსტაგრამზე.** ემპირიული მასალის მესამე კატეგორია ვიდეოგრაფიულია და წარმოადგენს ინსტაგრამზე ქართული („შუა ქალაქში“) და ამერიკული (“Friends”) სიტკომებიდან ამოღებულ ამონარიდებს 90 წამიანი ვიდეოების სახით. მოცემული მასალის ტიპი მეტად მნიშვნელოვანია, ვინაიდან მისმა ფორმატმა საშუალება მოგვცა, გამოგვეკვლია ირონიისა და სარკასტული ირონიისათვის დამახასიათებელი აუდიო-ვიზუალური პარალინგვისტიკა და გაგვეცა პასუხები შემდეგ კითხვებზე: 1. აქვს თუ არა ირონიასა და სარკაზმს მათთვის დამახასიათებელი აუდიო-მომიკური კოდი და რა თვისებებით ხასიათდება ის; 2. განსხვავდება თუ არა ირონიისა და სარკაზმის პარალინგვისტიკა ქართულ და ინგლისურ მაგალითებში.

ირონიისა და სარკასტული ირონიის ორმხრივი კომუნიკაციის ასპექტის გამოსაკვლევად, გავაანალიზეთ სამივე კატეგორიაში წარმოდგენილი თითოეული მაგალითის (16 სტატუსი, 14 ფოტო და 6 რილი) კომენტარების ველი, რომელიც ჯამში მოითვლის 52 მაგალითს და გავზომეთ ისინი დადებითი/ უარყოფითი ნიშნის კრიტერიუმით (Hancock, 2004).

სადისერტაციო ნაშრომში კომენტარები დავაჯგუფეთ ჩვენს მიერ შედგენილი შემდეგი კატეგორიების მიხედვით: 1. კომენტარები, რომლებიც მხოლოდ ემოჯებით ან ემოტიკონებით არის წარმოდგენილი, 2. მოკლე ვერბალური კომენტარები-სიტყვა, ფრაზა ან წინადადება (ემოჯით ან ემოჯის გარეშე), 3. გრძელი ვერბალური კომენტარი- ერთზე მეტი წინადადება/აზრაც (ემოჯით ან ემოჯის გარეშე). კომენტარის ავტორის პოზიციის დასაფიქსირებლად გამოვყავით შემდეგი კატეგორიები: 1. დასტური/თანხმობა-კომენტარის ავტორი იზიარებს პოსტის ავტორის პოზიციას, ეთანხმება მას. 2. ნეიტრალური წინააღმდეგობა- კომენტარის ავტორი არ იზიარებს პოსტის ავტორის აზრს და ნეიტრალურად ასაბუთებს საკუთარს, 3. აგრესიული წინააღმდეგობა- კომენტარის ავტორი არ იზიარებს პოსტის ავტორის აზრს და აგრესიული ფორმით აფრიქსირებს თავისას.

ემპირიული საკვლევი მასალა რაოდენობრივად მოიცავს 36 ძირითად ირონიის შემცველ მაგალითს და 52 (მაგალითების ქვეშ დატოვებულ) კომენტარს, რაც ჯამში შეადგენს სოციალური ქსელებიდან აღებული ირონიული გამონათქვამების 88 მაგალითს.

სამივე კატეგორიის ემპირიული მასალის შესწავლისა და ანალიზის საფუძველზე ნაშრომში პასუხი გავეცით შემდეგ შეკითხვებს:

1. ირონიის რომელი ნაირსახეობა გამოვლინდა სოციალურ ქსელში და როგორია მისი რაოდენობრივი მაჩვენებელი ქართულ და ინგლისურენოვან მაგალითებში.
2. ვლინდება თუ არა ალუზიური თვალთმაქცობა ფეისბუკისა და ინსტაგრამის ვერბალურ, პიქტორიალურ და ვიდეოგრაფიულ პოსტებში?
3. ახდენს თუ არა ზეგავლენას სოციალურ ქსელში ირონიული ან სარკასტული პოსტის დეკოდირების პროცესზე პოსტის ავტორსა და კომენტარის ავტორს შორის ზიარი ფონური ცოდნის არსებობა და რა ფუნქციას ასრულებს შემაერთებელი კონტენტი?
4. აქვს თუ არა ირონიასა და სარკაზმს მისთვის დამახასიათებელი როგორც მიმიკური კოდი, ასევე აუდიო ჟღერადობა და ემთხვევა თუ არა ის სადისერტაცო ნაშრომში შემოთავაზებულ ვარიანტს?
5. განსხვავდება თუ არა ირონიისა და სარკაზმის პარალინგვისტიკა ქართულ და ინგლისურ მაგალითებში.
6. როგორი პრაგმატიკული ფორმით ვლინდება ირონია და სარკაზმის ორივე სიტკომში?
7. რა სოციალური ფუნქციით ვლინდება ირონია ინსტაგრამ-რილებში ქართულ და ინგლისურ სიტკომებში.
8. რომელი ემოჯებით ან სიტყვისა და ამოჯის კომბინაციით გამოიხატება ირონია და რა როლს თამაშობს ციფრული პარალინგვისტიკა ირონიის დეკოდირების პროცესში როგორი სიხშირით იყენებს მას ქართველი/ინგლისელი მომხმარებელი?
9. როგორ ურთიერთდამოკიდებულებას ავლენს სოციალურ ქსელში წარმოებული კომუნიკაცია გვერდის მფლობელსა და მის აუდიტორიას შორის და რა როლს ასრულებს

ირონია ამ დროს? რა არის მომხმარებლების მიერ სოციალური ქსელის გამოყენების მოტივაცია და რა როლს თამაშობს ამ დროს ირონია?

### ***3.3. „პანდემიის ირონია“ ფეისბუკ სტატუსებში და მისი განხილვა***

აღნიშნულ თავში განხილული ემპირიული მასალა წარმოადგენს სოციალური ქსელის, კერძოდ ფეისბუკის მომხმარებლების ინგლისურ და ქართულენოვან ვერბალურ სტატუსებს/პოსტებს. ეს არის მცირე ზომის ტექსტი, ან სულაც ერთი წინადადება, რომელსაც მომხმარებელი აქვეყნებს პირად გვერდზე. კვლევის მასალა ძალიან ფართოა, რომ არ ყოფილიყო და ჰქონოდა საერთო თემატიკა, გადავწყვიტეთ მისი მოქცევა 2020 წელს გავრცელებული პანდემიის თემატურ ჩარჩოში. 2020 წელს მსოფლიოში მიმდინარე კოვიდ-19-ით გამოწვეულ პანდემიასთან ბრძოლის ფონზე სოციალური ქსელის რეზიდენტების თემატიკა, მარტის თვიდან მაისის ბოლომდე, პანდემიის აქტიური განხილვის რეჟიმში იყო. შესაბამისად, კვლევისთვის ემპირიულ მასალად აღებული სტატუსების შინაარსის 99% ეხება მათი ცხოვრების სიმძნელებს ამ პერიოდში, მათ შთაბეჭდილებებს, მოლოდინებსა და იმედებს. ხშირი იყო კრიტიკა შექმნილი რეალობის ან ხელისუფლების მიმართ და, რაღათქმუნდა, ამ პერიოდში გამოქვეყნებული სტატუსები ხასიათდება ფიგურალური გამონათქვამებით, კერძოდ ირონიისა და სარკასტული ირონიის სხვადასხვა ფორმით.

შედარებითი ანალიზის წარმოების მიზნით მასალა მოიცავს ორი ეთნიკური ჯგუფის, ქართველი და ინგლისურენოვანი მომხმარებლების ფეისბუკ გვერდების კვლევას. შეგროვებული მასალის თვისობრიობის მნიშვნელობა ერთი-ორად იზრდება, თუ გავითვალისწინებთ, რომ 1. პანდემიის პერიოდში ფეისბუკზე გამოქვეყნებული ქართული ვერბალური პოსტები კვლევის საგანი ჯერ არ გამხდარა; 2. ფეისბუკზე სტატუსის წერა და მასზე კომენტარების დატოვება არის ცოცხალი ინტერაქცია ვირტუალურ სამყაროში და 3. ფეისბუკ-სტატუსის განხილვა საშუალებას გვაძლევს, ვიმსჯელოთ ვერბალური ირონიის ფორმებსა და მის სოციალურ ფუნქციაზე ორივე მხარის, მთქმელის და მსმენელის გათვალისწინებით.

ვერბალურ სტატუსებში ირონიის კვლევის პროცესში პასუხი გავეცით შემდეგ შეკითხვებს: 1. სოციალური ქსელის ქართველ და უცხოელ რეზიდენტებს შორის პანდემიის პერიოდში რა თემებმა წამოიწია წინ, ანუ რა საკითხების განხილვით რეაგირებს ფეისბუკის მომხმარებელი მიმდინარე მოვლენებზე; 2. რა არის სტატუსების ავტორის, ანუ მთქმელის განზრახვა; ხოლო ამ სტატუსზე გაკეთებული კომენტარის საშუალებით შევაფასებთ, თუ 3. როგორი ეფექტი მოახდინა ნათქვამმა მსმენელზე და მიაღწია თუ არა მთქმელმა საწადელს.

წინამდებარე ქვეთავის ემპირიული მასალის შესარჩევად შევისწავლეთ 7 ინგლისურენოვანი და 8 ქართველი მომხმარებლის 100-მდე ვერბალური სტატუსი და მათ შორის არსებული ირონიის მაგალითები დავაჯგუფეთ 5 თემატურ კატეგორიებად. კერძოდ, პანდემიის პერიოდის სტატუსები ფეისბუკზე თემატურად დაიყო შემდეგ კატეგორიებად :1) პროტესტი რეგულაციებზე, 2) თვითზოლაცია და პარანოია, 3) თვითზოლაციაში დროის გაყვანის საშუალებები, 4) პოლიტიკოსები და საეკლესიო პირები, 5) პანდემიური შემოქმედებითობა. აღნიშნული თემები განიხილებოდა როგორც ქართულ, ისე ინგლისურენოვან სტატუსებში. აღნიშნულ ქვეთავში წარმოდგენილია 16 ირონიული სტატუსისა და მასზე დატოვებული კომენტარების მაგალითი (7 ქართული და 9 ინგლისურენოვანი).

ანონიმურობის დაცვის მიზნით, სტატუსისა და კომენტარის ავტორის იდენტობა გამიზნულად ჩავანაცვლეთ ზოგადი ფორმებით.

### **1) პროტესტი რეგულაციებზე**

პირველ თემატურ ჯგუფში გაერთიანებულია ისეთი ვერბალური სტატუსები, რომლებშიც ჟღერს პროტესტი თვითზოლაციის პერიოდში კომენდანტის საათისა და სოციალური დისტანციის პოლიტიკის მიმართ.

#### **მაგალითი 1.**

**სტატუსი:** მანქანაში უკან ჯდომა და რაიკომის მდივნობა მე ძაან მომწონს☺

**კომენტარი:** მე ცეკას მდივანივით ვჯდები, აბა, შენც სცადე, სულ სხვა შეგრძნებაა!

ამ სტატუსში გამოხატულია პროტესტი შეზღუდვაზე, რომელიც საქართველოში დაწესდა მსუბუქი ავტომობილით მგზავრობასთან დაკავშირებით. შეზღუდვა მდგომარეობდა მძღოლისა და მგზავრების მანქანაში განლაგების საკითხში. კერძოდ, მძღოლის გვერდით სავარძელზე ჯდომა აიკრძალა-მგზავრებს შეეძლოთ დაეკავებიათ მხოლოდ უკანა სავარძელი და, შესაბამისად, შეიზღუდა მგზავრების მაქსიმალური რაოდენობა (დასაშვები იყო მაქსიმუმ სამი ადამიანი მძღოლის ჩათვლით). ერთ მსუბუქ მანქანაში მგზავრთა რაოდენობის გადამეტების შემთხვევაში მოქმედებდა ჯარიმა. რა თქმა უნდა გაუგებარი გახდა, როგორ უნდა გადაადგილებულიყვნენ ოჯახები, რომელთა წევრთა რაოდენობა აღემატებოდა სამს.

პოსტი, რომელსაც ზემოთ ხედავთ, ეხება სწორედ ამ პროტესტს, მაგრამ ატარებს იუმორისტულ ხასიათს. აქ ირონია მიიღწევა გაზვიადებისა და თვალთმაქცობის საშუალებით. ირონიული თვალთმაქცობით პოსტის ავტორი დისტანცირებას ახდენს დანარჩენ მოსახლეობასთან, რომელიც აპროტესტებს აღნიშნულ წესს, ირგებს „რაიკომის მდივნის როლს“, რომელიც კომუნისტების პერიოდში მაღალ თანამდებობას წარმოადგენდა და ირონიული ქებისა (დადებითი კომენტარი უარყოფით სიტუაციაზე) და შეფასების საშუალებით ახდენს ირონიის რეალიზაციას. სტატუსზე დატოვებული კომენტარი ადასტურებს, რომ საერთო ფონური ცოდნის მეშვეობით მოხდა ავტორის პროტესტის სწორად აღქმა. რაიკომისა და ცეკას მდივნის თანამდებობების მოხმობა უნდა წარმოადგენდეს ირონიული კონტექსტის ერთ-ერთ შემავსებელ ფაქტორს, რასაც გარმენდია „შემაერთებელ კონტენტს“ უწოდებს (Garmendia, 2018). პოსტის ბოლოში ფიქსირდება ირონიული განზრახვის მაჩვენებელი ციფრული პარალინგვისტიკის ნიშანი „ღიმილის ემოჯის“ სახით, რაც, თავის მხრივ, უფრო თვალსაჩინოდ ააშკარავებს ირონიის ავტორის განზრახვას. კომენტარი წარმოადგენს „დასტურის ფორმას“, რაც ნიშნავს იმას, რომ მისი ავტორი ეთანხმება და ერთგვარად აგრძელებს პოსტის ავტორის ირონიას. აქ ფიქსირდება დადებითი ნიშანი რაც ადასტურებს, რომ კომენტარის ავტორმა წარმატებით გაშიფრა პოსტში გამოთქმული ირონია .

## მაგალითი 2.

**სტატუსი:** მომკალით და ვერაფრით ვერ წვდება ჩემი მოკლე ჭკუა კომენდანტის საათს! მითხარით ვინმემ, რა არის ამ ეტაპზე მისი არსი?!

**კომენტარი:** რავი, ამათ ხელში სუნთქვას არ აგვიკრძალავდნენ და ...

მეორე სტატუსში ირონია მიიღწევა ისევ როლური თამაშით, სადაც პოსტის ავტორი აკნინებს თავის თავს და მის აღქმის უნარს („ჩემი მოკლე ჭკუა“). ის თვალთმაქცობს და დისტანცირებს საზოგადოების იმ ნაწილთან, რომელსაც ეს სიტუაცია „ესმის“ (ამ შემთხვევაში იგულისხმება მთავრობა, რომელმაც დააწესა კომენდანტის საათი). ნათქვამის ტონი შესაძლებელია, შევავსოთ წინადადების ბოლოში ძახილისა და კითხვა-ძახილის პუნქტუაციის ნიშნიდან გამომდინარე. რადგან პირველი წინადადება მთავრდება ძხილის ნიშნით, ხოლო მეორე კითხვა-ძახილით, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ მთქმელს სურს გამოხატოს განცვიფრება და პროტესტი აღნიშნულ რეგულაციასთან მიმართებაში. ამრიგად, მთქმელის ხმამაღალი და ექსპრესიული პუნქტუაციური ნიშნებისა და სიტყვიერი კომბინაციების („მომკალით და“, „ჩემი მოკლე ჭკუა“, „ვერაფრით ვერ წვდება“) არჩევანიდან გამომდინარე, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ აღნიშნული მაგალითი აგრესიული (სარკასტული) ირონიის კატეგორიას ერგება. პოსტი მთავრდება რიტორიკული შეკითხვით (...“რა არის ამ ეტაპზე მისი არსი?!“).

კომენტარის ავტორი აგრძელებს პოსტის ავტორის სარკასტულ ირონიას ჰიპერბოლიზირების საშუალებით, რომელსაც „სუნთქვის აკრძალვას“ უკავშირებს. ის თვალთმაქცობს, რადგან სუნთქვის აკრძალვა, რაღა თქმა უნდა, აბსურდულია, თუმცა კომენტარის ავტორის აზრით, „ვითომ“ შესაძლებელი, თუ გავითვალისწინებთ კომენდანტის საათის რეგულაციის არაადეკვატურობას. კომენტარის ავტორი აქ გამოხატავს შინაგან პროტესტს, როდესაც ირჩევს წარმოდგენილი სიტყვების არჩევანით აზრის ფორმულირებას.

ამგვარად, კომენტარში ჩვენ ვხედავთ „დადებით ნიშანს“, რადგან კომენტარი ძირითადი პოსტის აზრისა და განწყობის გაგრძელებას წარმოდგენს, რაც ,თავის მხრივ, ნიშნავს იმას, რომ მთქმელმა მიზანს მიაღწია (ანუ, მკითხველმა სწორად გაშიფრა მისი

განზრახვა). სარკასტული ირონიის წარმატებაში ერთ-ერთი როლი ითამაშა საზიარო ფონურმა ცოდნამ, რადგან კომენდანტის საათის რეგულაცია ყველას შეეხო და ამან ქართული საზოგადოების ნაწილის პროტესტი გამოიწვია. პოსტისა და კომენტარის ავტორთა ირონიის სოციალური ფუნქცია, ერთის მხრივ, არის აგრესიის გამოხატვა, მეორეს მხრივ, სოციალური სტატუსის ამაღლება, რადგან დიალოგში მონაწილე მხარეები მიუთითებენ პასუხისმგებელ პირებს „შეცოდებებსა და შეცდომებზე“ და ამგვარად იკავებენ იდეურად მათზე მაღლა მდგომ პოზიციას.

### მაგალითი 3.

**სტატუსი:** Coronavirus was made for population control and you can't convince me otherwise!!!

**კომენტარი 1:** Kill off the weak!

**კომენტარი 2:** Why couldn't we get zombies I asked for ZOMBIES AND I GET MILDLY SICK BOOMERS <sup>28 29</sup>

აქ წარმოდგენილია ინგლისურენოვანი სტატუსი, სადაც ჟღერს ქართულ რეალობაშიც არაერთგზის გაჩენილი აზრი, რომ შესაძლოა კორონავირუსი ხელოვნურად ყოფილიყო შექმნილი იმ მიზნით, რომ გაეკონტროლებინათ მსოფლიო მოსახლეობა და ენახათ როგორ ეფექტს მოახდენდა პანდემიური მდგომარეობა საზოგადოებაზე მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნებში. აქედან გამომდინარე, დარწმუნებით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ზიარი ფონური ცოდნის არსებობა ამარტივებს დიალოგის მონაწილეთათვის ირონიის დეკოდირების საკითხს. თავად სტატუსი საშუალოდ აგრესიულ ხასიათს ატარებს, რომელიც გადმოიცემა ავტორის მიერ შერჩეული პუნქტუაციის ნიშნით (სამი ძახილის ნიშანი). მთქმელი გულწრფელად აპროტესტებს მსოფლიოში შექმნილ სიტუაციას და არ წარმოადგენს ირონიის მაგალითს. ირონიის

<sup>28</sup>**სტატუსი.** კორონავირუსი გამოიგონეს ადამიანების კონტროლის მიზნით .მე ასე ვფიქრობ და თქვენ ვერ გადამარწმუნებთ!!!

**1.კომენტარი.** დახოცეთ სუსტები!

**2.კომენტარი.** მე ზომბები მინდოდა და სამაგიეროდ მივიღე ოდნავ გაციებული „ბუმერების“ თაობა. (ავტორის თარგმანი)

<sup>29</sup> Boomers= baby boomers- ეს არის თაობა, რომელიც დაიბადა 1946-1964 წლებში (Wikipedia.org)

მაგალითი წარმოდგენილია სტატუსის კომენტარების ველში. პირველი კომენტარი აგრძელებს ავტორის აგრესიულ განწყობას, ხოლო მეორე კომენტარის ავტორი ვირუსის გავრცელების სიტუაციის ზომებთან შედარების გზით გადმოსცემს სატირულ-იუმორისტულ განწყობას („I asked for ZOMBIES“), რომელშიც თვალთმაქცობს, რადგან ფილმებით ნაწინასწარმეტყველები ზომბი-აპოკალიფსი სასურველი ვერ იქნება. ამით ის გამოხატავს ირონიას და ირონიულ დამოკიდებულებას მიმდინარე მოვლენებთან დაკავშირებით. პირველი კომენტარი სარკასტული ირონიის მაგალითია, რადგან მასში ფიქსირდება ამ უკანასკნელის სტრატეგია მკვახედ გამოხატოს ბრაზი, აგრესია, ყავს კონკრეტული მსხვერპლი (ამ შემთხვევაში „week-სუსტები“-სუსტი ჯანმრთელობის მქონე ადამიანები). ხოლო მეორე კომენტარში ვხედავთ ირონიული შეფასებისა (ironic assertion) და ირონიული ლიტოტესის ფორმებს. მეორე კომენტარის პირველ ნაწილში ირონია მიიღწევა ვერბალური ჰიპერბოლიზაციით- „ზომბები ვითხოვე“- “I asked for ZOMBIES” ხოლო მეორე ნაწილში მოვლენების უფრო მცირე ფორმით წამოჩენით (ლიტოტესი)- „ოდნავ გაციებული ბები-ბუმერები“. მესამე მაგალითში წარმოდგენილი ორივე კომენტარი მიეკუთვნება მოკლე ვერბალური კომენტარის კატეგორიას დადებითი ნიშნით, ხოლო მთქმელის პოზიცია ორივე შემთხვევაში არის დასტური (ანუ, იზიარებს და აგრძელებს სტატუსის ავტორის განწყობას).

ირონიის სოციალური ფუნქცია აღნიშნულ მაგალითში წარმოდგენილია აგრესიისა და იუმორის დანიშნულებით.

#### მაგალითი 4.

**სტატუსი:** Toilet papering someone's house would be a massive flex right now.

**კომენტარი:** or a massive loss...<sup>30</sup>

მეოთხე მაგალითი გახლავთ ინგლისურენოვანი სტატუსი. ის ეხება ისეთ ვითარებას, რომელიც ქართველი საზოგადოებისთვის იდენტურად მტკივნეული

---

<sup>30</sup>სტატუსი ტუალეტის ქაღალდით სახლის „მორთვა“ ძან თავის გამოდება იქნებოდა ახლა.  
კომენტარი: ან უდიდესი დანაკარგი... (ავტორის თარგმანი)

აღმოჩნდა. კერძოდ, პანდემიით გამოწვეული პანიკა სხვადასხვა ფორმით გამოვლინდა და განსაკუთრებით ის შეეხო მსოფლიო მასშტაბით მოსახლეობის მიერ სურსათისა და საყოფაცხოვრებო ნივთების დიდი რაოდენობით მომარაგების საკითხს. ქართველი სოციალური ქსელის რეზიდენტები ფეისბუქის სივრცეში ხუმრობდნენ კიდევაც ვაკეში „გატანილი (იგულისხმება დაცარიელებული) სუპერმარკეტების“ თაობაზე. ერთ-ერთი ასეთი „გლობალური პანიკის“ გამოვლენა გახლავთ ტუალეტის ქაღალდების მასიური გაუჩინარება დახლებიდან. სწორედ ამ საკითხს ეხმიანება ეს პოსტიც, სადაც ავტორი ხუმრობის ტონით, შეფარულად დასცინის და აკრიტიკებს იმ ადამიანებს, რომლებმაც მხოლოდ საკუთარ თავზე იფიქრეს და ერთბაშად დიდი რაოდენობით მოიმარაგეს ტუალეტის ქაღალდები.

სტატუსში წარმოდგენილი ირონია კი ეხმიანება ამერიკაში ცნობილი გახუმრების ფორმას, რომელიც ხშირად ასახულია ამერიკულ ფილმებში. ეს არის სხვისი პირადი საკუთრების (სახლი, ეზო) ტუალეტის ქაღალდებით „მორთვა“. ირონია ამ შემთხვევაში ხორციელდება ორი მომენტის- დახლებიდან პირადი ჰიგიენის ნივთების გაუჩინარებისა ამერიკაში გავრცელებულ ხუმრობის ასოციაციური შეკავშირებით. პანდემიის კონტექსტს თუ გამოვაკლებთ, ცხოვრების ჩვეული რეჟიმის შემთხვევაში, მსგავსი ქმედება ჩაითვლებოდა გამაღიზიანებელ ხუმრობად, ხოლო პანდემიის დროს კი პოსტის ავტორი ამგვარ ქცევას თავმოწონების გამოვლინების ფორმად აქცევს. პოსტზე დატოვებულ კომენტარში გრძელდება იგივე შემართება, ოღონდ კომენტარის ავტორი „თავის გამოდება“- „massive flex“ ანაცვლებს „massive loss“-„დანაკარგის“ ანალოგიით, რაც ფაქტობრივად აგრძელებს პოსტის ავტორის საკომუნიკაციო მიზანს. ლოგიკური ბმა აღნიშნულ კომუნიკაციაში ავლენს ორ მხარეს შორის ფონური ცოდნის არსებობას და მის მნიშვნელობას ირონიის დეკოდირების პროცესში; პოსტის მკითხველისთვის გასაგებია, თუ რატომ იქნებოდა სახლის ტუალეტის ქაღალდებით მორთვა „თავის გამოდება“ პანდემიის პერიოდში. თუმცადა, რთულია იმსჯელო კომენტარის ავტორის წინადადება დადებით ნიშანს შეიცავს თუ უარყოფითს, რადგანაც აღნიშნული კომენტარის ინტერპრეტირება პირდაპირი მნიშვნელობითაც შესაძლებელია. ეს არ გვადლევეს საკმარის მიზეზს, რომ ზუსტად განვსაზღვროთ, მოახერხა თუ არა კომენტარის ავტორმა პოსტის

ავტორის წინადადებაში ირონიის იდენტიფიცირება. მისი კომენტარიც შესაძლოა იყოს პოსტის ავტორის ირონიის გაგრძელება ან ნეიტრალური, სიმართლის შემცველი პირდაპირი ნათქვამი. ამრიგად, მსგავსი მაგალითი მეტყველებს, იმაზე თუ რამდენად მნიშვნელოვანია პარალინგვისტური ნიშნების არსებობა (ხმის ტონი, გამომეტყველება) ირონიის დეკოდირებისთვის. აღნიშნულ მაგალითში ირონიის სოციალური ფუნქციაა იუმორი და სოციალური სტატუსის ამაღლება ირონიული კრიტიკის საშუალებით და აქვე, მისი მიზანია ღიმილი მოჰგვაროს მკითხველს. ჰიგიენური ნივთების ჭარბი რაოდენობით მომარაგების დაკავშირება ამერიკულ ტრადიციულ ხუმრობასთან წარმოადგენს გარმენდიას მიერ შემოთავაზებულ „შემაერთებელ კონტენტს“ (Garmendia, 2018).

#### მაგალითი 5.

**სტატუსი:** Given the circumstances I doubt these will be called "The Roaring 20s". Although, who knows, we could have a huge recovery and a boom in 2022. But for now, I'm thinking we call them "The Zooming 20s". You know, because "The Plague Years" is a little on the nose.

**კომენტარი:** It might be the boring 20's ☹️<sup>31</sup>

როგორც ვიცით, პანდემიის პერიოდში თითქმის ყველა სამუშაო და საგანმანათლებლო დაწესებულება გადავიდა ონლაინ მუშაობის რეჟიმში. სკოლებში, უნივერსიტეტებსა და სხვა სასწავლო დაწესებულებებში სტანდარტული ცოცხალი დასწრებით სწავლება აქტიურად ჩანაცვლდა ზუმის პროგრამით ონლაინ სწავლების ფორმატით, რაც სკოლის მასწავლებლებისთვის, მოსწავლეებისთვის და ოჯახებისთვის მეტად რთული აღმოჩნდა. პოსტის ავტორი პროფესიით გახლავთ მასწავლებელი. ის

---

<sup>31</sup>**სტატუსი** თუ გავითვალისწინებთ არსებულ სიტუაციას, რაღაც მეექვსეა ამ პერიოდს უწოდონ „მქუხარე ოციანი წლები“. თუმცა, ვინ იცის, შესაძლოა, დიდი გამოჯანმრთელების ბუმიც იყოს 2022 ში. მაგრამ დღესდღეობით, ვფიქრობ ამ პერიოდს უფრო „ზუმის ოციანი წლებს“ დავუძახებთ; ხომ ხვდებით, ეს იმიტომ, რომ სიტუაცია აშკარა კავშირშია „შავ ჭირთან“ (ავტორის თარგმანი)

**კომენტარი.** შესაძლოა „მოწყენილობის 20იანი“ წლებიც ეწოდოს ☹️ (ავტორის თარგმანი)

პირადი და საერთო გამოცდილებით ამბობს, რომ ზუმში გაკვეთილების ჩატარება შავი ჭირით არის, ისევე როგორც კოვიდ-19ის გავრცელებით გამოწვეული მდგომარეობა (შავი ჭირი= კოვიდ პანდემიას= ზუმით სწავლებას). კერძოდ, პარალელი ივლება ძველ (შავი ჭირი) და ახალ (კოვიდ-19) პანდემიურ სიტუაციებს შორის და ამგვარად ვლდებულობთ ირონიულ გამონათქვამს, რომელიც წარმოადგენს ირონიული ჰიპერბოლისა და ირონიული შეფასების მაგალითებს. ირონიული შეფასების მაგალითი ფრაზის დასაწყისშიც ჩანს, როდესაც ავტორი 2020 წლებს ადარებს 1920-იან წლებს, რომელიც „The Roaring 20s „-„მქუხარე ოციანი წლების“ სახელწოდებით არის ცნობილი მდგრადი ეკონომიკური, ინდუსტრიული თუ ტექნოლოგიური განვითარებისა და წინსვლის გამო და ამბობს „I doubt these will be called "The Roaring 20s“ („რალაც მეეჭვება ამ პერიოდს ეწოდოს „მქუხარე ოციანები“). საკვანძო ფრაზა, რომელიც გადმოსცემს ირონიის განწყობას, არის „I doubt „-„რალაც მეეჭვება“. აღნიშნულ სტატუსზე კომენტარის ავტორი საკუთარი ასოციაციური ვერსიით აგრძელებს და ამყარებს სტატუსის ავტორის ირონიულ განწყობას, უწოდებს რა 2020 წელს „მოწყენილობის 20იან“ წლებს. კომენტარის ავტორი „მოწყენილობის“ ხსენებით უნდა გულისხმობდეს პანდემიის რეგულაციებით გამოწვეულ ჩაკეტილ გარემოს, როდესაც ადამიანებმა დაკარგეს ერთმანეთთან ფიზიკური შეხვედრის თავისუფლება, რაც წარმოადგენს „შემაერთებელ კონტენტს“. აღნიშნულ დიალოგში ირონიის წარმატებაში მნიშვნელოვან როლს თამაშობს როგორც შემაერთებელი კონტენტი, ასევე საერთო ფონური ცოდნის არსებობა. ირონიის სოციალური ფუნქცია აქ უნდა იყოს ემოციური კონტროლი, რადგან როგორც სტატუსის ისე კომენტარის ავტორი პირდაპირ არ გამოხატავს კრიტიკას, ხოლო მაგალითების ვერბალური გამოვლინება ხასიათდება აუღელვებელი, თანაბარი ტონით. ეს განსაკუთრებით ვლინდება მომღიმარი ემოჯით კომენტარის ბოლოს, რომელიც ციფრული პარალინგვისტიკის გამოხატულებაა და ამავდროულად წარმოადგენს ირონიის გამოხატვას უარყოფითი სიტყვიერი ფორმულირების („მოსაწყენი“) ბოლოს-დადებითი ემოჯით. აღნიშნულიდან შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ კომენტარში ფიქსირდება დასტური დადებითი ნიშნით, რაც ნიშნავს იმას, რომ კომენტარის ავტორმა

წარმატებით მოახდინა სტატუსში არსებული ირონიის დეკოდირება და „გააგრძელა“ სტატუსის ავტორის განწყობა.

## 2) იზოლაცია და პარანოია

ამ თემატურ სტატუსთა ერთობლიობა ხასიათდება პანდემიით გამოწვეული არაადეკვატური მდგომარეობით, რომელიც ყველამ გამოვცადეთ საკუთარ თავზე. თუმცა, სტატუსის ავტორები მეტად შემოქმედებითად მიუდგნენ კოვიდის პარანოიას. ამ ჯგუფში გაერთიანებულ პოსტებს თან სდევს იუმორის შეფერილობა და სწორედ ეს არის აქ გაერთიანებული ირონიული პოსტების ფუნქციაც- იუმორში გამოხატოს სათქმელი / თავისი მდგომარეობა.

### მაგალითი 6.

**სტატუსი:** სოციალური დისტანცირების მე-6 დამე:

- ალოო, 112-ია ? ორი კაცი ვართ... რაღაცა სული გამოვიძახეთ...

**კომენტარი:** გალაკტიონი გადაწყდა თუ ტერენტი? :D

ამ პოსტში ავტორი იგონებს სიტუაციას, სადაც ერთკვირიანი სოციალური დისტანცირების შემდეგ, ორმა ადამიანმა გადაწყვიტა ჩაეტარებინათ სულის გამოძახების რიტუალი. აღნიშნული გამოგონილი სიტუაცია მიუთითებს პოსტის ავტორის თვითირონიას და მიგვანიშნებს იმ არაადეკვატურ მდგომარეობაზე, რომელშიც ის იმყოფება მოწყენილობის გამო; მაგალითში ასევე ვხვდებით ირონიულ ჰიპერბოლას („რაღაც სული გამოვიძახეთ“) და თვალთმაქცობას „რაც გამოიხატება ავტორის მიერ გაზვიადებული „არაადეკვატური“ მდგომარეობითა და „უსაქმური“ ადამიანის როლის მორგებით. მოულოდნელი „კვანძის გახსნის“ ეფექტით მიღწეული ირონია (იგულისხმება სულის გამოძახება) გადმოცემულია იუმორში. აქ შესაძლოა ვივარაუდოთ უნებლიე წარმოსახვითი აუდიო პარალინგვისტური ფაქტორის გამოვლენაზე, რადგან პოსტი ირიბად ეხმიანება 112-ში განხორციელებულ ერთ-ერთი ზარის აუდიო ჩანაწერს, რომელიც გავრცელდა იუთუბზე, გააჩნია მსგავსი ვერბალური ფორმულირება და

ხუმრობის საგანი გახდა ქართულ საზოგადოებაში<sup>32</sup>. შესაბამისად, აქ შეგვიძლია ვივარაუდოთ წარმოსახვითი აუდიო ფაქტორის არსებობაზე ,ვინაიდან მკითხველმა შესაძლოა აღნიშნული სტატუსის ვერბალური ფორმულირება ასოციაციურად დაუკავშიროს იუთუბის არხზე გავრცელებულ აუდიოს, ხოლო აღნიშნული სტატუსი გონების ხმით წაიკითხოს აუდიო ჩანაწერის ინტონაციით. ჩვენი აზრით, მთქმელის მხრიდან სტატუსის ამგვარი ფორმულირება სწორედაც რომ მიზნად ისახავდა მსმენელისთვის მსგავსი ეფექტის შექმნას, რადგან აღნიშნული ამბაფრებს მთქმელის ჩანაფიქრს, შთამბეჭდავი ეფექტი მოახდინოს თავის მკითხველზე. ამ ჰიპოთეზას ამყარებს ის ფაქტი, რომ სტატუსის ავტორი არის მედია პერსონა, რომელიც ცნობილია სარკასტულ-იუმორისტული გამოხატულებით თავის პირად სოციალურ გვერდზე. აღნიშნული ალუზია ჩანაწერთან და ასევე სოციალური დისტანცირებით შექმნილი „ვაკუუმი“ შესაძლოა ჩაითვალოს ირონიის იდენტიფიკაციისთვის საჭირო შემავსებელ კონტექსტად, რასაც გარმენდია „შემამართებელ კონტენტს“ უწოდებს. საერთო ფონური ცოდნისა და შემაკავშირებელი შინაარსის საშუალებით, კომენტარის ავტორი მარტივად ავლენს სტატუსში არსებულ ირონიას და აგრძელებს მისი ავტორის განწყობას კომენტარით: „გალაკტიონი გადაწყდა თუ ტერენტი?“. აქ, რა თქმა უნდა, იგულისხმება გალაკტიონ ტაბიძე და ტერენტი გრანელი, რითაც კომენტარი ხაზს უსვამს მედია პერსონის ერუდიციასა და განათლების დონეს. კომენტარში გამოვლენილი ირონია მეგობრული ხუმრობის მაგალითს წარმოადგენს, რადგან მას, რაღა თქმა უნდა, დაჰყვება იუმორისტული ელფერი. მეექვსე მაგალითში ირონიის სოციალური დანიშნულება არის იუმორისტული ეფექტის შექმნა.

მაგალითში წარმოდგენილი ირონიის ფორმები: ირონიული თვალთმაქცობა, ირონიული ხუმრობა, თვითირონია. სტატუსი ასევე ექოსებურად ეხმიანება იუთუბზე გავრცელებულ ვიდეოს, და ნაწილობრივ იმეორებს იქ გამოხატული აზრის ფორმულირებს, რაც აღნიშნულ მაგალითს ირონიული ციტირების ფორმას აძლევს.

<sup>32</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=mtd-vapBB-c&t=33s&ab\\_channel=%E1%83%A1%E1%83%90%E1%83%A1%E1%83%90%E1%83%AA%E1%83%98%E1%83%9A%E1%83%9D%E1%83%9E%E1%83%A0%E1%83%98%E1%83%99%E1%83%9D%E1%83%9A%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98](https://www.youtube.com/watch?v=mtd-vapBB-c&t=33s&ab_channel=%E1%83%A1%E1%83%90%E1%83%A1%E1%83%90%E1%83%AA%E1%83%98%E1%83%9A%E1%83%9D%E1%83%9E%E1%83%A0%E1%83%98%E1%83%99%E1%83%9D%E1%83%9A%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98)

## მაგალითი 7.

**სტატუსი:** ტაქსისტები მენატრებიან!

**კომენტარი:** მე სადმე დაგვიანება!

მორიგი არაადეკვატურობის ამსახველი სტატუსი ეხმიანება სიტუაციას, როდესაც კარჩაკეტილობის, კომენდანტის საათისა და სოციალური დისტანცირების ჟამს ყველაზე არასასურველ ადამიანებთან კონტაქტი ან არასასურველ სიტუაციაში ჩავარდნაც კი შესაძლოა მოგენატროს. არაადეკვატურობის იმავე შინაარსის განწყობას აგრძელებს კომენტარის ავტორიც. სიტუაციის მიმართ ირონიული დამოკიდებულება სწორედ ამ სახით ვლინდება. აქ მოცემულია თვითირონია, რაც ადამიანს საშუალებას აძლევს რთული ყოფა შეიმსუბუქოს. აღნიშნული ავტომატურად გულისხმობს იუმორის ელემენტის შემცველობას ირონიაში. მოცემული მაგალითის ორივე ასპექტი (სტატუსი და კომენტარი) ასევე ესადაგება ირონიული შემახილის აღწერას. კომენტარი ხასიათდება დადებითი ნიშნით, ხოლო მისი ავტორის პოზიცია წარმოადგენს დასტურის კატეგორიას, რაც ნიშნავს იმას, რომ კომენტარის ავტორმა ფონური ცოდნისა და შემაერთებელი კონტენტის საშუალებით წარმატებით გაშიფრა ირონია და მოკლე ვერბალური სიტყვათშეთანხმებით გააგრძელა სტატუსის ავტორის განწყობა. ირონიის სოციალური ფუნქცია აქ არის იუმორი.

## მაგალითი 8.

**სტატუსი:** All I want to do is go out onto my balcony and do a primal scream!

(Edit: I'm mostly referring to this: „coronavirus distancing may continue until 2022 experts say”)

**კომენტარი:** Just be thankful you have a balcony.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup>**სტატუსი.** ერთადერთი რაც მინდა ახლა გავაკეთო ესაა გავიდე აივანზე და ბოლო ხმაზე ვიკვილო. (ჩასწორება: ძირითადად ვეხები შემდეგ საკითხს: „კორონავირუსით გამოწვეული დისტანცია შესაძლოა გაგრძელდეს 2022 წლამდე, ექსპერტების შეფასებით“)  
**კომენტარი.** მადლობა თქვი, რომ აივანი გაქვს (ავტორის თარგმანი).

ამ პოსტში გამოხატულია ბრაზი ან იმედგაცრუება („ All I want to do “, „do a primal scream“), რომელიც გამოწვეულია შექმნილი მდგომარეობის, ანუ პანდემიის 2022 წლამდე გაგრძელების პერსპექტივით. სტატუსში გამოხატული ირონია რეალიზდება ჰიპერბოლის გზით, რა თქმა უნდა ატარებს სიტუაციურ ხასიათს. ეს არის ასევე ირონიული შემახილის მაგალითი, რომელიც ექოიკურად ეხმიანება პანდემიის 2022 წლამდე გაგრძელების პერსპექტივაზე განაცხადს. მაგალითში ასევე საინტერესოა კომენტარი, რომელიც ირონიულად მიუთითებს პოსტის ავტორს, რომ მიუხედავად გამოხატული სასოწარკვეთილებისა, ის მაინც არ არის ყველაზე უბედური ადამიანი არსებულ სიტუაციაში, და რომ არსებობენ ისეთებიც, რომლებსაც აივანიც არ აქვთ ან სულაც-სახლი...აღნიშნული მინიშნებაში ავტორის კრიტიკული დამოკიდებულება წარმოადგენს შემაერთებელ კონტენტს. კომენტარში წარმოდგენილი ირონიის ფუნქცია არ უნდა იყოს მწვავე კრიტიკა ან დაცინვა; ის ითავსებს მეგობრული შეხუმრების ტონს და, აქედან გამომდინარე, ირონიის სოციალური ფუნქციაა იუმორი; ხოლო პოსტის ავტორის ფრაზაში კი იგრძნობა აგრესიის ფორმა. სტატუსის ავტორი იყენებს ჰიპერბოლას, რაც ვლინდება ფრაზით „primal scream“-„მთელი ძალით კივილი“.

## მაგალითი 9.

**სტატუსი:** day 403 of self-isolation. the trash pile behind my desk has begun to display signs of sentience. it wants me to feed it twix wrappers and empty water bottles. it hungers!<sup>34</sup>

ჰიპერბოლა და პოსტის ავტორის დისტანცირება სიტუაციასთან წარმოადგენს აქ მოცემული ირონიის რეალიზების საშუალებას. სიტყვები, როგორცაა „it hungers“- „დამშეული“, „it wants me to feed“-„სურს რომ გამოვკვებო ტვიქსის ქაღალდებით“ და ზოგადად ნაგვის ურნის გაპიროვნებით წარმოდგენილი ჰიპერბოლა თვითირონიის ფორმით გამოიხატება. პოსტის ავტორი ირონიულად უყურებს თავის ყოფას, ხოლო ჩვენ, როგორც სტატუსის მკითხველს, შეგვიძლია წარმოვიდგინოთ, რა მანერითა და ტონით

<sup>34</sup>9.სტატუსი. იხოლაციის 403-ე დღე. ჩემი დაფის უკან ნაგვის ურნამ დაიწყო მგრძობელობითი ნიშნების გამოვლენა. სურს რომ გამოვკვებო ტვიქსის (შოკოლადი) ქაღალდებითა და წყლის ცარიელი ბოთლებით. ის დამშეულია!(ავტორის თარგმანი)

გამოხატავდა ის სათქმელს, ხოლო მსოფლიოში არსებული საერთო ვითარების ფონზე (ზიარი ფონური ცოდნა) -გვესმის მისი გასაჭირის. წინადადების ბოლოში მოცემულია ირონიული შემახილის მაგალითი. აზრის ამგვარი ჰიპერბოლიზებული გამოხატულება მიზნად ისახავს, ღიმილი მოჰგვაროს თავის მკითხველს. აქედან კი ვასკვნით, რომ ირონიის სოციალური ფუნქცია ამ მაგალითში არის იუმორი.

### **3) თვითიზოლაციაში დროის გაყვანის საშუალებები.**

ამ თემატურ ჯგუფში გაერთიანებული სტატუსები შინაარსით გარკვეულწილად ეხმიანება „ირონია და პარანოიას“ ჯგუფის სტატუსებს, იმ განსხვავებით, რომ ამ ჯგუფის პოსტების თემატური ფოკუსი, როგორც მისი სათაური გვთავაზობს, სწორედ დროის გაყვანის საშუალებებზეა. მიზეზი ამკარაა- ხანგრძლივი იზოლაცია ყველაზე უცნაურ საქმიანობასაც აღმოგაჩენინებს.

#### **მაგალითი 10.**

**სტატუსი:** უკვე დეპრესიის ზღვარზე ვარ. ეს კარანტინი კიდევ 2-3 თვე თუ გაგრძელდა, აუცილებლად შევიშლები 😊 თავს რითი ირთობთ ? წიგნებს ვკითხულობ, ფილმებს ვუყურებ და ეგეთები არ ითვლება. რამე სხვა მითხარით.

**კომენტარი:** მეორე კვირა-მხატვრების ნახატებს ვათვალიერებ და ვფიქრობ, აი, მდიდარი რომ ვიყო,რომელს ვიყიდდი და სად დავკიდებდი. მესამე კვირა-მხატვრის ნახატებს ვათვალიერებ და ვფიქრობ, მე რომ ხატვა ვიცოდე, რომლის ავტორი ვიქნებოდი. დღეს, ღამის პირველის ოცი წუთია- გუაშები დავგუგლე და ვარკვევ მიტანის სერვისი თუ აქვთ. პირველი კვირა არაფერი მჭირდა საგანგაშო....

#### **სტატუსის ავტორის პასუხი კომენტარი: ჰაჰააა**

სტატუსში მოცემულია ირონიული გაზვიადების ფორმები-„დეპრესიის ზღვარზე“, „აუცილებლად შევიშლები“. განსაკუთრებით საინტერესოა პირველი კომენტარი, რომლის ავტორიც თვითირონიისა და ირონიული თვალთმაქცობის საშუალებით აღწერს საკუთარი არაადეკვატური მდგომარეობის განვითარების ეტაპებს პანდემიის პერიოდში.

კომენტარში აზრის გამოხატვის ფორმა ისე არის შერჩეული, რომ თავად დისკურსშივე იგრძნობა ირონია, სადაც ავტორი საუბრობს იმაზე, თუ როგორ გაჩნდა ახალი დროის გაყვანის საშუალების იდეა და როგორ გადაიზარდა ის პარანოიაში. განსაკუთრებით საინტერესოა კომენტარის ბოლო ხაზი-„პირველი კვირა არაფერი მჭირდა საგანგაშო“, რომელიც შინაარსობრივად გვაბრუნებს საწყის მდგომარეობასთან და კონტრასტის ჩვენებით ქმნის მოულოდნელობის ეფექტს. პირველ კომენტარზე სტატუსის ავტორის მიერ დაწერილი საპასუხო „სიცილის“ ონომატოპოეტური კომენტარი- „ჰაჰა“, მიუთითებს, რომ პირველი კომენტარის ავტორმა მიაღწია დასახულ მიზანს. აღნიშნული დიალოგის ლოგიკურ ბმას რაღა თქმა უნდა განაპირბებს მოქმელსა და მსმენელს შორის ზიარი ფონური ცოდნის არსებობა პანდემიის კონტექსტის სახით. პოსტის ავტორის სიტუაციის მიმართ უარყოფითი განწყობა წარმოადგენს შემაერთებელ კონტენტს. ირონიის სოციალური ფუნქციის მსჯელობისას, შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ამ მაგალითში გვაქვს როგორც იუმორის, ასევე ემოციის კონტროლის გამოვლინება, ვინაიდან კომენტარის ავტორის წერის მანერაში იგრძნობა აუღელვებელი, მშვიდი, თხრობითი ტემპი. ეს, თავის მხრივ, ისევ გვაფიქრებს უნებლიე წარმოსახვითი აუდიო პარალინგვისტიკის არსებობის საკითხზე.

### მაგალითი 11.

**სტატუსი:** *Internet*: "What are you doing to better yourself during this period of self-isolation?" *Me*: "I'm experimenting with new forms of laziness." I've actually identified a new type of procrastination. I call it "compound procrastination" - it's when you get distracted from doing the thing that was distracting you from doing what you were supposed to be doing, and so getting back to your actual work requires finishing multiple layers of additional irrelevant tasks that you've assigned yourself instead of working.

**კომენტარი:** Relatable. This happens to me when I am supposed to be cleaning.<sup>35</sup>

<sup>35</sup> **სტატუსი.** ინტერნეტი: რას აკეთებ იმისთვის რომ განავითარო საკუთარი თავი თვით-იზოლაციის პერიოდში? მე: „ვექსპერიმენტირებ სიზარამაცის ახალი ფორმებით“. და საერთოდ, „საქმის გადადების“ ახალი ფორმა აღმოვაჩინე. მე მას „გართულებულ გაჭიანურებას“ ვუწოდებ- ეს ხდება მაშინ, როდესაც ყურადღებას გიფანტავს ის უმნიშვნელო საქმე, რომელიც გამოიგონე იმისთვის რომ რეალური საქმე არ გაგეკეთებინა და, ამგვარად, აუცილებლად გასაკეთებელი საქმე რომ დაასრულო, საჭიროა იმ უმნიშვნელო საქმეების რამდენიმე ფენის დასრულება, რომელიც საკუთარ თავს მუშაობის ნაცვლად დაავალე.

სტატუსის ავტორი: haha

მაგალითის დასაწყისში წარმოდგენილია ირონიული დიალოგი გაპიროვნებულ ინტერნეტსა და პოსტის ავტორს შორის- ინტერნეტის მიერ დასმულ შეკითხვაზე: "What are you doing to better yourself during this period of self-isolation?" („რას აკეთებ იმისთვის, რომ განავითარო საკუთარი თავი თვითიზოლაციის პერიოდში?“), პოსტის ავტორი საპასუხოდ აღწერს, თუ როგორ „აღმოაჩინა“ სიზარმაცის ახალი ფორმები და უწოდა მას „compound procrastination“-“გართულებული გაჭიანურება“. სტატუსი მთლიანად ირონიულ ხასიათს ატარებს, სადაც პოსტის ავტორი დასცინის და ზემოდან უყურებს საკუთარ თავს იუმორისა და თვითირონიის ფორმების გამოყენებით. ეფექტი მიიღწევა ისეთი გამონათქვამებით, როგორცაა „compound procrastination“-„საქმის გართულებული გაჭიანურება“, „new forms of laziness“-„სიზარმაცის ახალი ფორმები“; ხოლო დისკურსში იგრძნობა თანაბარი ტემბრი, რომელიც ახასიათებს ირონიის ემოციური კონტროლის ფუნქციას . საერთო ფონური ცოდნის არსებობას ადასტურებს კომენტარი, რომელიც ეხმიანება სტატუსის ავტორს: „This happens to me when I am supposed to be cleaning“ („მეც ასე მემართება ხოლმე, როცა სახლი მაქვს დასალაგებელი“), რაზეც პოსტის ავტორი პასუხობს სიცილის აღმნიშვნელი შორისდებულებით („ჰაჰა“). ეს იმის მანიშნებელია, რომ საერთო ფონური ცოდნის ხარჯზე დგება კომუნიკაცია, ხოლო შემაერთებელი კონტენტი, რომელიც ეხიდება ირონიის დეკოდირების პროცესს, კომუნიკანტებს შორის პროკრასტინაციის გამოცდილების ფენომენითაა გამოხატული და აქვს უარყოფითი შინაარსი. აქვე შესაძლებელია წარმოვიდგინოთ პოსტისა და კომენტარის ავტორის მიმიკა და მშვიდი, თანაბარი, თხრობითი ტონი. კომენტარში ფიქსირდება დადებითი ნიშანი და ის გამოხატურლია მოკლე ვერბალური დასტურით.

#### 4) პოლიტიკოსები და საეკლესიო პირები

---

კომენტარი. მეც ასე მემართება როდესაც სახლი მაქვს დასალაგებელი.(ავტორის თარგმანი)

თემატური ჯგუფის სათაურიდან გამომდინარე ცხადია, რომ შემდეგი სტატუსები უკავშირდება საზოგადოების მიერ პანდემიის პერიოდში საეკლესიო პირების, პოლიტიკოსების ქმედებებისა თუ განცხადებების მიმართ პროტესტს. ვირტუალურ სივრცეში სარკაზმთან მიახლოვებული აგრესიული ირონია, იგივე სარკასტული ირონია, ყველაზე აქტიურად, სწორედ ამ თემებთან კავშირში გამოვლინდა.

## **მაგალითი 12.**

**სტატუსი:** ბზა მაინც ვიყო?! მომჭრიდნენ, სადმე წამიღებდნენ, ხალხში გავერეოდი...

**კომენტარი:** ბარემ მღვდელი ყოფილიყავი, ჯიპიც გეყოლებოდა და ხმასაც ვერავინ გაგცემდა!

ეს პოსტი გამოქვეყნდა ბზობის დღესასწაულამდე რამდენიმე დღით ადრე. ამ რელიგიური დღესასწაულის სიმბოლოს წარმოადგენს მარადმწვანე მცენარე ბზა. ბზა, რომელიც მარადიულობის სიმბოლოა, ბზობის დღესასწაულისთვის წინასწარ იჭრება და ხარისხდება მცირე კონებად. დახარისხებული კონა ადამიანს მიაქვს სახლში და ინახავს მომდევნო ბზობამდე. სტატუსის ავტორის მიზანია, გამოთქვას პროტესტი საქართველოს ხელისუფლების მიერ დაწესებული შეზღუდვების გამო, რომელის თანახმადაც ორზე მეტ ადამიანს არ ჰქონდა უფლება პანდემიის პერიოდში ემგზავრა ერთი ავტომობილით იმ შემთხვევაშიც კი, თუ ისინი ერთი ოჯახის წევრები იყვნენ. პოსტის ავტორის პროტესტი ვლინდება რიტორიკული ირონიით, სადაც ის თვალთმაქცურად ნატრობს (როლს თამაშობს), რომ ყოფილიყო ბზა რადგან ამ შემთხვევაში გადაადგილების პრობლემა არ შეექმნებოდა. კომენტარის ავტორი კი აგრძელებს პოსტის ავტორის შემართებას და, თავის მხრივ, აკრიტიკებს იმ საეკლესიო პირებს, რომლებსაც ჰყავთ ძვირადღირებული ჯიპები და პანდემიის პერიოდში სარგებლობდნენ პრივილეგიებით. კერძოდ, მათი მანქანით გადაადგილება არ ექვემდებარებოდა მკაცრ კონტროლს, მაშინ როდესაც მოქალაქეები ჯარიმდებოდნენ აღნიშნული რეგულაციის დარღვევის მიზეზით. ირონიის ფუნქცია პოსტისა და კომენტარის ავტორის მხრიდან არის იუმორის საშუალებით ამხილოს უსამართლობა. აღნიშნულ დიალოგს გასდევს ხუმრობის ელფერი შემდეგი

ანალოგიების მოყვანის საფუძველზე: „ზუა მაინც ვიყო- სადმე „წამიღებდნენ“, „ბარემ მღვდელი ყოფილიყავი ჯიპით“ (სამღვდელოების წარმომადგენლებს შეეძლოთ საკუთარი მანქანით თავისუფლად გადაადგილებულიყვნენ პანდემიის პერიოდში, დაჯარიმების საფრთხის გარეშე). პოსტისა და კომენტარის ავტორის წინადადების ბოლოში, ერთის მხრივ, სამი წერტილი, ხოლო, მეორე მხრივ, ძახილის ნიშნის არჩევანით შეგვიძლია ვიმსჯელოთ ,თუ რა ტონით ან მანერით შეიძლებოდა ავტორებს წარმოეთქვათ ისინი. ეს იქნებოდა წარბეზის გამომხატველი მანერით მაღლა აზიდვს, ტუჩის ერთი კუთხის ოდნავ აწევა, თანაბარი ხმის ტემბრი. აღნიშნული მაგალითში ირონია გვეკლინება იუმორისა და ემოციის კონტროლის ფუნქციით. ავტორები იუმორის მოხმობით კომუნიკანტები თავს იკავებენ, რომ მათი კრიტიკა არ ჟღერდეს რადიკალურად ან აგრესიულად.

### მაგალითი 13.

**სტატუსი:** Me, a global politics teacher: "Okay. So there are two types of responses to the coronavirus threat: proactive, and reactive. Proactive countries took measures to prevent the spread of the disease before it arrived. Reactive countries took measures after the disease had already arrived. Guess who's better off?"

**Politico headline:** "‘Our country wasn’t built to be shut down’: Trump pushes back against health experts"

Me: "Okay... So, there are three types of responses..."<sup>36</sup>

ეს არის ირონიის მაგალითი, რომლის ფუნქციაც არის ემოციური კონტროლის ფონზე აზრის გამოხატვა. მთქმელი ასევე იმაღლებს სოციალურ სტატუსს შემდეგი

---

<sup>36</sup> **სტატუსი.** მე, როგორც გლობალური პოლიტიკის მოძღვარი: „კარგი. ამრიგად არსებობს ორი ტიპის საპასუხო რეაქცია კორონა ვირუსის საფრთხის წინააღმდეგ: პროაქტიური და რეაქტიული. პროაქტიურმა ქვეყნებმა წინასწარ მიიღეს ზომები, რომ მოეხდინათ ვირუსის პრევენცია; ხოლო რეაქტიულ ქვეყნებში ზომები იქნა მიღებული მას შემდეგ, რაც ვირუსი გავრცელდა. გამოიცანით რომელი დარჩა მოგებული?“

**პოლიტიკური გაზეთის ჰედლაინი:** „ჩვენი ქვეყანა არ აშენებულა იმისთვის, რომ ახლა ყველაფერი დაიხუროს“: ტრამპი ეწინააღმდეგება ჯანდაცვის ექსპერტებს.

მე: „კარგი... ესე იგი არსებობს სამი ტიპის საპასუხო რეაქცია...“ (ავტორის თარგმანი)

სიტყვიერი ფორმით- „მესამე საპასუხო რეაქცია“, რომელსაც ის სიტყვიერად არ აფასებს, მაგრამ „აშკარა შეფარვით“ მნიშვნელობით მიუთითებს მის აბსურდულობას და უთქმელად აკრიტიკებს ამერიკის პრეზიდენტის პოზიციას- ანუ გულისხმობს იმას, რასაც არ ამბობს (ეს ასევე ვლინდება პუნქტუაციის ფორმის, კერძოდ სამი წერტილი გამოყენების არჩევანში). ამგვარი მოულოდნელობის ეფექტი წარმოქმნის ირონიას აღნიშნულ მაგალითში. ალტერნატიულად, ტრამპის პოზიციის აბსურდულად მოხსენიებით პოსტის ავტორი იმაღლებს საკუთარ სტატუსს, რადგან, მისი აზრით, ტრამპის პასუხი/პოზიცია აბსურდულია. სიტყვა „Okay“-„კარგი...“ (Okay... So, there are three types of responses“) არის თვალთმაქცობის დემონსტრაცია მშვიდი რიტორიკის საშუალებით, რაც ასევე ავლენს ირონიის ემოციური კონტროლის სოციალურ ფუნქციას აღნიშნულ მაგალითში. თითქოს მთქმელი მშვიდად ლეზულობს შექმნილი რეალობის აბსურდულობას, თუმცა, როგორც გლობალური პოლიტიკის მასწავლებელი (ანუ ექსპერტი აღნიშნულ სფეროში) შემაერთებელი კონტენტით კითხვის ნიშნის ქვეშ აყენებს მესამე სტრატეგიის („Politico headline: "Our country wasn't built to be shut down': Trump pushes back against health experts"-„პოლიტიკური გაზეთის ჰედლაინი: „ჩვენი ქვეყანა არ აშენებულა იმისთვის ,რომ ახლა ყველაფერი დაიხუროს“: ტრამპი ეწინააღმდეგება ჯანდაცვის ექსპერტებს“) ეფექტურობას, თვალთმაქცობს, რომ აქვს მის მიმართ მიმღებლობა. წარმოსახვის საშუალებით კი შეგვიძლია დავინახოთ ამერიკის პრეზიდენტის სიტყვებით გამოწვეული სტატუსის ავტორის გაკვირვებული გამომეტყველება და გავიგონოთ თანაბარი ტემბრი, რომლითაც ის, სავარაუდოდ, იტყოდა ამ წინადადებას პირისპირ კომუნიკაციის დროს.

#### **მაგალითი 14.**

**სტატუსი:** If your response to coronavirus is anything other than "don't worry, God will save us, and if He doesn't, that's good anyway because we'll go to Heaven and it's His plan", then you are an atheist! Self-isolating? -Atheist! Taking medicine? -Atheist! Washing your hands? – Atheist! Hoping your loved ones don't die? -Atheist! I mean, you can keep pretending to be religious, if you want, but like, it's kind of silly at this point. Actions speak louder and words, and

your actions clearly demonstrate where you put your faith when it counts. So, maybe we could just all drop the pretense at once, and it would just be okay.

**კომენტარი:** This reminds me of something my grandpa used to say: “Trust God, but lock your car.”<sup>37</sup>

ეს სტატუსი არის აგრესიული, ან სარკასტული ირონიის მაგალითი, სადაც პოსტის ავტორი აკრიტიკებს ადამიანების იმ ჯგუფს, რომლებსაც, მისი აზრით, „ბრმად სწამთ“, ხოლო შემდეგ ამხელს თვალთმაქცობაში სახეზე ირიბი შეტევით. ამ მაგალითში წარმოდგენილია სარკასტული ირონიის ფორმა, რომლის ფუნქციასაც წარმოადგენს შეფარული აგრესიის გამოხატვა. პოსტის ავტორი, ასევე, იმაღლებს საკუთარ სტატუსს ადრესატის რეპუტაციის დამდაბლების ხარჯზე. კომენტარის ავტორი ლოგიკურად აგრძელებს სტატუსის ავტორის განწყობას, რაც ადასტურებს მათ შორის საერთო ფონური ცოდნის არსებობას. სტატუსის დისკურსის შეფარული აგრესია გამოკვეთილია გამეორების საშუალებით (Self-isolating? -Atheist! Taking medicine? -Atheist! Washing your hands? -Atheist! Hoping your loved ones don't die? -Atheist!). აღნიშნული პოსტი ძრახავს და აკრიტიკებს ბრმადმორწმუნეებს და მათ პოზიციას აფასებს, როგორც საღ აზროვნება მოკლებულს. ასევე, ჭარბი ძახილის ნიშნების გამოყენების საფუძველზე შესაძლებელია, წარმოვიდგინოთ რა მანერითა და ხმით იტყოდა პოსტის ავტორი სათქმელს.

## 5) პანდემიური შემოქმედებითობა

საინტერესოა, რომ პანდემიამ შემოქმედების უნარი გააღვიძა სოციალური ქსელის მომხმარებლებში. ამ პერიოდში ქართულ ვირტუალურ სივრცეში ქვეყნდებოდა უამრავი

---

<sup>37</sup> **სტატუსი.** თუ შენი პასუხი კორონავირუსზე არ არის“ ნუ დარდობ, ღმერთი გვიშველის, და თუ არ გვიშველის მაინც კარგია, რადგან სამოთხეში წავალთ და ესაა მისი გეგმა“, მაშინ შენ ხარ ათეისტი! თვით-იზოლაციაში ხარ?-შენ ხარ ათეისტი! წამალს სვამ?-შენ ხარ ათეისტი! ხელეხ იბან?- შენ ხარ ათეისტი! იმედი გაქვს, რომ შენი ახლობლები არ გარდაიცვლებიან?-შენ ხარ ათეისტი! ანუ, თქვენ შეგიძლიათ განაგრძოთ რელიგიურობით თვალთმაქცობა თუ გსურთ, მაგრამ ცოტა არ იყოს სულელურია ასეთი ქცევა. მოქმედება სიტყვაზე ხმამაღლა საუბრობს და თქვენი ქცევა კარგად აჩვენებს თუ სად არის თქვენი რწმენა. ამიტომ, მოდიოთ უბრალოდ შეეშვიოთ ამ თვალთმაქცობას, არაფერი საგანგაშო არ მოხდება ამით.

**კომენტარი.** ეს მაგონებს ბაბუაჩემის სიტყვებს: “ღმერთის გწამდეს, მაგრამ მანქანა ჩაკეტე.“ (ავტორის თარგმანი)

სახალისო, კრეატიული სტატუსები. განსაკუთრებით მინდა გამოვეყო ისეთი პოსტები, რომლებშიც ჩანს ლიტერატურის გავლენა. შემოგთავაზებთ ორიგინალი სტატუსის ნაწილს:

### **მაგალითი 15.**

**სტატუსი:** რა ლექსებს დაწერდნენ ჩვენი კლასიკოსები დღეს რომ ცოცხლები იყვნენ:

გალაკტიონი იზოლაციაში მყოფ მერის:

რაც უფრო შორს ხარ - მით უფრო ვტკბები

მე შენში მიყვარს იზოლაცია (ოცნება ჩემი)

ხელუხლებელი - როგორც მზის სხივი,

მიუწვდომელი - როგორც ვაქცინა (ედემი)

**კომენტარი.** „ანუშკამ სადუზინფექციო ხსნარი დაღვარა, კარანტინი არ იქნება“ .ბულგაკოვი.

სტატუსის ავტორს აღებული აქვს ქართველი პოეტის, გალაკტიონ ტაბიძის ცნობილი ლექსი „რაც უფრო შორს ხარ“, სადაც სტილის დაცვითა და სახუმარო ფორმით, ზოგიერთი სიტყვა ჩანაცვლებულია პანდემიის რეალობის გამომხატველი ტერმინებით იმგვარად, რომ ასეთი მოულოდნელი კომბინაციით ტოვებს არსებული სიტუაციის კარიკატურულ შინაარსს (ორიგინალში-„მე შენში მიყვარს ოცნება ჩემი“ აქ- იზოლაცია, ორიგინალში- „მიუწვდომელი -როგორც ედემი“, აქ-როგორც ვაქცინა). ამრიგად, ლექსის მოდიფიცირებული სტრიქონები ემღვნება კოვიდ-19-ის ვირუსით გამოწვეულ თვითიზოლაციას, სოციალურ დისტანციას და ვაქცინაციას, რომელიც პანდემიის დროს დეფიციტის გამო მიუწვდომელი იყო საქართველოს მოსახლეობის ნაწილისთვის. სტატუსის ავტორის კრეატიულ შემართებას ლოგიკურად აგრძელებს კომენტარის ავტორი. კომენტარი წარმოდგენილია მიხეილ ბულგაკოვის „ოსტატი და მარგარიტადან“ ცნობილი ამონარიდის სახით, ასევე შეცვლილი, კარიკატურული ფორმით : „ანუშკამ სადუზინფექციო ხსნარი (ორიგინალში-ზეთი) დაღვარა. კარანტინი (ორიგინალში-სხდომა) არ იქნება“. აღნიშნულ მხატვრულ ინტერპრეტაციებში ირონიული იუმორის დეკოდირება საზიარო ფონური ცოდნის მეშვეობით არის შესაძლებელი- მთქმელიც და

მსმენელიც უნდა იცნობდნენ ლექსსა და მხატვრულ ნაწარმოებებს, ისევე როგორც პანდემიურ რეალობას, რომ შეძლონ ირონიის დეკოდირება. ორივე წინადადება მაგალითია სპერბერ-უილსონისეული ირონიული ციტირების ფორმის; ხოლო ირონიის სოციალური ფუნქცია არის არსებული მდგომარეობის კრეატიული იუმორით მხილება და ამის ხარჯზე საკუთარი სოციალური სტატუსის ამაღლება. ეს უკანასკნელი ვლინდება ხელისუფლების ვაქციანციასთან დაკავშირებული არაეფექტური რეგულაციით და დისკომფორტით. ეს არის კომიკური დამოკიდებულება შექმნილ ტრაგი-კომიკურ სიტუაციასთან მიმართებით.

### მაგალითი 16.

**სტატუსი:** Can't spell quarantine without u r a q t

**კომენტარი:** Can't spell virus without u and I  <sup>38</sup>

აღნიშნული ინგლისურენოვანი სტატუსის კრეატიული ირონია დამარცვლისა და ინგლისური ასოების ანბანური წაკითხვის კომბინაციით ხორციელდება. სტატუსის ავტორის მიზანია, კარანტინის განსაზღვრის შერბილება, რაც ხუმრობის ფორმით ვლინდება, ვინაიდან ინგლისურ სიტყვაში (quarantine) შემავალი ასოების (u r a q t ) ანბანური წაკითხვა ქვეაზრს გვაძლევს და იშიფრება, როგორც „შენ ხარ საყვარელი“ (u=you=შენ; r=are=ხარ; q t=quite=საყვარელი), ავტორის შემაერთებელი კონტენტი, ანუ დაფარული უარყოფითი მნიშვნელობა ვლინდება აზრით- „რა საყვარლობაა კარანტინი“, რაც ირონიული ქების ფორმად შეიძლება ჩაითვალოს. პოსტის ავტორის შემართებას აგრძელებს კომენტარის ავტორიც, რომელიც იყენებს იმავე ტექნიკას, რასაც მთქმელი, მაგრამ ამჯერად აზრს აგებს სიტყვა „ვირუსის“ ირგვლივ: „ვერ დამარცვლავ „ვირუსს“ (vIrUs) “მე და შენ”-ს (I-U) გარეშე“. ამგვარად ფორმულირებული აზრი გულისხმობს, რომ ვირუსი გადამდებია- თუ მე მაქვს, შენც გექნება, რაც წარმოადგენს გარდამავალ

<sup>38</sup> სტატუსი: ვერ დამარცვლავ „quarantine“-ს (კარანტინი) „u r a q t“-ს გარეშე. (u (შენ) r (ხარ) a (განუსაზღვრელი არტიკლი) qt (qt=“quite” საყვარელი))

კომენტარი: ვერ დამარცვლავ „virus“-ს (ვირუსს) „u and I“-ს (u and I-მე და შენ) გარეშე. (ავტორის თარგმანი)

კონტექსტს ამ მაგალითში. ბოლოში თვალის ჩაკვრის ემოჯიც ირონიაზე მიუთითებს. კომენტარი წარმოადგენს მოკლე ვერბალურ დასტურს დადებითი ნიშნით.

### **3.4. ვერბალური ფეისბუკ-სტატუსების კვლევის შედეგები**

აღნიშნული ემპირიული მასალის კვლევა მიზნად ისახავდა გამოველინა ირონიის სოციო-პრაგმატიკული ფუნქცია 2020 წლის პანდემიის დროს ფეისბუკ მომხმარებლების ვერბალურ პოსტებში/სტატუსებში. აღნიშნულ ქვეთავში ჩვენ მიზნად ვისახავდით გაგვერკვია: 1.რა თემატიკა წამოიჭრა ქართველ და ინგლისურენოვან ფეისბუკ მომხმარებლებში და თუ როგორ რეაგირებდნენ ისინი მიმდინარე მოვლენებზე; 2.რა არის სტატუსის ავტორის მიზანი, 3. ახდენს თუ არა ის გამიზნულ ეფექტს მსმენელზე. გარდა ამისა, შევეცადეთ, დაგვედგინა ირონიის რომელი ფორმები გვხვდება პანდემიის სტატუსებში და რომელი ფაქტორები უწყობს ხელს მსმენელს სწორად მოახდინოს მათი დეკოდირება. ასევე მივაქციეთ ყურადღება თუ რა გავლენას ახდენს ირონიის ერთგვარი „გადათამაშება“ სტატუსისა და კომენტარის ავტორის ურთიერთობაზე და რა როლს თამაშობს ამაში სოციალური ქსელის (ამ შემთხვევაში ფეისბუკის) სივრცე. ხოლო უშუალოდ კომენტარები დავაჯგუფეთ ჩვენ მიერ შემოთავაზებული 3 კატეგორიით: 1. ემოჯი/ემოტიკონი დადებითი ან უარყოფითი ნიშნით 2. მოკლე ვერბალური კომენტარი (+/- ნიშნით) 3. გრძელი ვერბალური კომენტარი (+/- ნიშნით) კომენტარის ავტორის პოზიცია შევაფასეთ შემდეგი კატეგორიებით: 1. დასტური, 2. ნეიტრალური წინააღმდეგობა 3. აგრესიული წინააღმდეგობა. ირონიის პრაგმატიკული ასპექტი გავზომეთ შემდეგი მაჩვენებლებით: 1. ალუზიური თვალთმაქცობის საკითხი (Nakamura et al., 1995); 2. ზიარი ფონური ცოდნის მნიშვნელობა (Colston & Katz, 2005) 3. შემაერთებელი კონტენტი (Garmendia, 2018). 4. ირონიის სიტუაციური ხასიათი (Kotthoff, 2003) 5. ემოჯებისა და ემოტიკონების როლი ვერბალური ირონიის მაგალითების დეკოდირების პროცესში (Bettelli & Panzeri, 2023). ხოლო ირონიის სოციალური ფუნქციის კვლევისას დავყრდენით დიუსისა და კოლეგების შემოთავაზებულ ოთხ ფუნქციას: იუმორი, სოციალური სტატუსის ამაღლება, აგრესია, ემოციის კონტროლი (Dews et. al,

2009), და ნაშრომში შემოთავაზებულ მეხუთე კატეგორიას- ემპათიური მოწოდება დადებითი ცვლილებისკენ.

იდეებისა და აზრების მიმოცვლა ფეისბუკზე ცალსახად ორმხრივ საკომუნიკაციო აქტს წარმოადგენს, რადგან ის მოიცავს აზრის გაზიარებას და პასუხის მიღების საშუალებას სტატუსისა და კომენტარებისთვის განკუთვნილი ველის საშუალებით. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, კომუნიკაციის პროცესში ერთგვარა არა მხოლოდ პოსტის/სტატუსის ავტორი, არამედ მისი მკითხველი, რომელიც ფეისბუკზე არის დარეგისტრირებული და აქვს წვდომა აღნიშნულ გვერდზე (დამეგობრების ან გაყოლის ფუნქციის საშუალებით. ამრიგად, პოსტის საჯაროდ გაზიარებისა და დაკომენტარების სისტემა ფეისბუკზე საშუალებას იძლევა გავანალიზოთ არამხოლოდ ის, თუ როგორ და რა მიზნით აგებს ინდივიდი ირონიულ გამონათქვამს ციფრულ რეალობაში, არამედ ,თუ როგორ აღიქმება ის მკითხველის მიერ. უფრო მეტიც, რთული იყო გვეპოვნა ისეთი გონებამახვილური პოსტი, რომლის ირგვლივაც კომენტარების ველში არ გამართულიყო ფართო დისკუსია. აღნიშნულიდან გამომდინარე, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ფეისბუკზე სტატუსის საჯაროდ გაზიარება და დაკომენტარება ორმხრივი კომუნიკაციის ფორმას წარმოადგენს და იძლევა სოც. ქსელში ირონიის სხვადასხვა ფორმების გამოვლენის და მათზე დაკვირვების შესაძლებლობას.

აღნიშნულ ქვეთავში შევისწავლეთ 15 სოციალური ქსელის რეზიდენტის (8 ქართველი და 7 ინგლისელი) ფეისბუკ გვერდი კონკრეტული დროის, კერძოდ, კოვიდ-19 პანდემიის 2020 წლის მარტი-მაისის მონაკვეთში.

კვლევამ დაადასტურა, რომ ფეისბუკის პირადი გვერდის კედელზე ვერბალური პოსტის გაზიარება და დაკომენტარება ცოცხალი ინტერაქციის ერთ-ერთი ფორმაა ვირტუალურ სივრცეში. პანდემიის პერიოდში ქართული და ინგლისური ფეისბუკ-გვერდების მფლობელების სტატუსების თემატიკა შინაარსობრივად ემთხვევა ერთმანეთს. ორივე ენობრივი კულტურის წარმომადგენლები ძირითადად განიხილავდნენ მსოფლიოში მიმდინარე მოვლენებს, საკუთარ ყოფას თვითიზოლაციაში,

პოლიტიკას, რელიგიას; ზოგმა კრეატიულ გზებსაც კი მიმართა პოსტის შინაარსის „გასაფერადებლად“.

აღსანიშნავია, რომ განხილულ მაგალითებში ირონია, ძირითადად, გამხნეების ფუნქციას ასრულებს (ჯამში 11 მაგალითი N 1,3,6,7,8,9,10,11,12,15,16), რაც გვაფიქრებს, რომ ინგლისურ და ქართულ რეალობაში პანდემიის დროს ირონიის ყველაზე მთავარი ფუნქცია სოციალურ ქსელში, ფეისბუკ რეზიდენტების გამხნეებას წარმოადგენდა. ადამიანები შექმნილ რთულ ვითარებაში იუმორის გამოხატვაში ჰპოვებდნენ შვებას. ამ მიზეზითვე შეიძლება ავხსნათ კრეატიულ პოსტებში ირონიის იუმორთან ხშირი გადაკვეთა. ირონიის დანარჩენი ოთხი სოციალური ფუნქცია ფეისბუკის სტატუსებში გამოვლინდა შემდეგი რაოდენობრივი მაჩვენებლით: 6 მაგალითი სოციალური სტატუსის ამადლების ფუნქციით (N1,2,3,13,14,15), 5 მაგალითი ემოციური კონტროლის (N5,10,11,12,13), 3 მაგალითი აგრესიის (N3,8,4). ნაშრომში ჩვენ მიერ შემოთავაზებული ირონიის სოციალური ფუნქციის მეხუთე კატეგორია, „ემპათიური მოწოდება დადებითი ცვლილებისკენ“ ფეისბუკზე მოპოვებულ ემპირიულ მასალაში არ დაფიქსირებულა.

კვლევის შედეგად განხილულმა მასალამ დაადასტურა ფეისბუკზე ირონიული გამონათქვამების შემდეგი ტიპების არსებობა (ზოგიერთ მაგალითში დაფიქსირდა რამდენიმე ტიპი ერთდროულად): 1)თვითირონია (1,6,7,9,10,11); 2) სარკასტული ირონია (2,3,14); 3)ირონიული ქება (1,16); 4)ირონიული თვალთმაქცობა (1,6,7,10,11,12,13); 5) ირონიული ჰიპერბოლა (1,2,4,5,7,8,9,10,11); 6) ირონიული ლიტოტესი (3); 7) მეგობრული ხუმრობა (1,6,8,15,16), 8) ირონიული ციტირება(15); 9) ირონიული შეფასება (1,3,5,12,13); და 10)ირონიული შეძახილი (7,8,9).

ირონიული ფორმების მაგალითებზე დაკვირვებით ჩვენთვის საინტერესო ტენდენცია შევამჩნიეთ. კერძოდ, ერთი წინადადების ფარგლებში შეიძლება ერთდროულად რეალიზდეს ირონიის რამდენიმე ფორმა (მაგალითი N1-„მანქანაში უკან ჯდომა და რაიკომის მდივნობა მე ძაან მომწონს☺“, ერთდროულად მოიცავს ირონიის შემდეგ ფორმებს: ირონიული შეფასება, თვითირონია, ირონიული ქება, ჰიპერბოლა-

„რაიკომის მდივნობა წარმოადგენდა დიდ თანამდებობას, რაც ავლენს გამონათქვამში გაზვიადების ასპექტს)

ფეისბუკის სტატუსების კვლევამ დაადასტურა წარმატებული ირონიისთვის შემდეგი კომპონენტის მნიშვნელობა 1. მსმენელისა და მთქმელის ზიარი ფონური ცოდნა; 2. ირონიის სიტუაციური ხასიათი; 3. მოულოდნელობის ეფექტი-სიტუაციის ან გამონათქვამის მოლოდინთან კონტრასტი; 4. ალუზიური თვალთმაქცობა; 5. შემაერთებელი კონტენტის არსებობა. აღნიშნული 5 კომპონენტი აუცილებლად უნდა ფიგურირებდეს იმისთვის, რომ ირონიის იდენტიფიცირება სწორად მოახდინოს მსმენელმა. ციფრული პარალინგვისტიკისა და ონომატოპოეტური ფორმების არსებობა ხელს უწყობს ამ პროცესს.

რამდენიმე მაგალითში ასევე წამოვჭერთ წარმოსახვითი პარალინგვისტური ფაქტორების არსებობის საკითხი და მსჯელობის დროს დავეყრდენით პუნქტუაციის ნიშნების გამოვლინებას (N 6,10,11,12,13,14). თუმცა აღნიშნული მხოლოდ ჰიპოთეზის სახით რჩება წინამდებარე ნაშრომში და არ წამოადგენს ღრმა ანალიზის საგანს.

დაბოლოს, უნდა აღვნიშნოთ, რომ ფეისბუკ-პოსტის ირგვლივ შექმნილი დიალოგები (სტატუსი-კომენტარ(ებ)ის ფორმით) მიუთითებს, რომ სოციალურ ქსელში სტატუსის სახით გამოქვეყნებული მასალა ხშირად ხდება განხილვის საგანი. სტატუსებისა და მასზე გაკეთებული კომენტარ(ებ)ის კვლევიდან გამომდინარე, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ პოსტის/კომენტარის ავტორი სასურველ ეფექტს ახდენს მკითხველზე, რაც ნიშნავს იმას, რომ მკითხველმა ირონიული ფორმა ადეკვატურად აღიქვა.

ფეისბუკ პოსტებში წარმოქმნილი ირონია ნეგატიურია და ყოველთვის გამოხატავს შემფასებლურ, დამძრაზავ დამოკიდებულებას. აქ ჩვენ ვიზიარებთ გარმენდიას პოზიციას (Garmendia, 2018), რადგან ფეისბუკის მაგალითებში ასახული ირონია ყველა შემთხვევაში მიზნად ისახავს სიტუაციის ან ინდივიდების მიმართ კრიტიკას. ირონიული მთქმელი ყველა მაგალითში თვალთმაქცობს, ირგებს ნიღაბს ან თამაშობს როლს მისი საკომუნიკაციო მიზნის შესაბამისად. ხოლო მის მიერ გამოხატვის ფორმა შეიცავს

მოულოდნელობის ეფექტს ნათქვამის პირდაპირ მინიშვნელობასა და მის ქვეტექსტს შორის. ირონიული ქვეტექსტის დიფერენცირება შესაძლებელი ხდება მთქმელსა და მსმენელს შორის საერთო ფონური ცოდნის (Colston & Katz, 2005) და შემაერთებელი კონტენტის (Garmendia, 2018) საშუალებით .

პოსტის ირგვლივ კომენტარებით წარმოდგენილი აქტიური დიალოგი, ასევე ადასტურებს სოციალურ ქსელში აზრის გამოხატვის მნიშვნელობას და სოციალური ქსელის მომხმარებლის ბუნებრივ მოთხოვნილებას მიეკუთვნებოდეს საზოგადოების ჯგუფს და ჰქონდეს თვითპრეზენტაციის, ანუ საკუთარი აზრის თავისუფლად გამოხატვის შესაძლებლობა ( Hofmann, 2011).

### ***3.5. ირონია მედია პერსონის ინსტაგრამ გვერდზე***

ამ თავში განხილული ემპირიული მასალა აღებულია ინსტაგრამზე განთავსებული გვერდიდან, რომლის მფლობელიც არის იოჰან დეკმანი- დანიელი ფსიქოთერაპევტი, მწერალი და ხელოვანი (წინამდებარე ნაშრომის აღნიშნულ ქვეთავში მაგალითების გამოყენება ნებადართულია ავტორის-დეკმანის მიერ). მის ინსტაგრამ-ბლოგს დღევანდელი მონაცემებით (08.02.25) 237 000 გამომწერი (follower) ჰყავს. აღნიშნულიდან თავისუფლად შეგვიძლია ვთქვათ, რომ დეკმანი არის მედია პერსონა. მის ინსტაგრამ-ბლოგზე გამოქვეყნებული ნამუშევრები აღწერს ცხოვრებისეულ სირთულეებს, გადმოცემულს გონებამახვილური სტროფებით. წარწერები განთავსებულია ძველი ნივთების ზედაპირზე (წიგნების ყდები, ძველი მუსიკალური ფირფიტები, სამგზავრო ჩანთები და ა.შ.). მაგალითად, ეს არის ერთგვარი ინსტრუქციული შინაარსის მქონე წიგნები, ისეთი სახელწოდებებით, რომელთა შინაარსიც სავსეა სატირით, იუმორითა და ირონიით. ნივთებზე არსებული წარწერები შინაარსობრივად ეხმიანება ადამიანური ყოფის მნიშვნელოვან საკითხებს- შიშებს, შინაგან ბრძოლებსა და არსებობის აბსურდულობას.

აღიარებს რა სიტყვის ძალას ხელოვნებასა და თერაპიაში, დეკმანი ადგენს ისეთ მარტივ წინადადებებს, რომლებშიც აზრი, შეგრძნება თუ ფანტაზია ეხმიანება რეალობას,

ხოლო ამ ფრაზების “პირად ჭეშმარიტებად” აღქმის ეფექტი ძალიან ჰგავს თერაპიას. დეკმანის ნამუშევრების ერთ-ერთი ყველაზე ძლიერი ასპექტი არის ის, რომ მისი ხელოვნების გაცნობის დროს, ნებისმიერი მკითხველი, განურჩევლად ეროვნებისა, ამოიცნობს საკუთარ თავს ამ ფრაზებში. მაგალითად სათაური, როგორცაა “როგორ უნდა გაიცრუო იმედი და განაგრძო ასე ცხოვრება- შემსუბუქებული იმედგაცრუება” (How to disappoint and just keep disappointing – Disappointment made easy) ნებისმიერ ჩვენთაგანს ეხმიანება. იმისთვის, რომ ეს სათაურები არ ჟღერდეს ავისმომასწავებლად, ავტორი არჩევს კულინარიული წიგნების ან საინსტრუქციო ბროშურების დისკურსს, მაგალითად, “როგორ უნდა დაუშვა იგივე შეცდომები და ელოდო განსხვავებულ შედეგს”( “How to keep doing the same old mistakes and expect a different result”). ერთ-ერთ ინტერვიუში დეკმანი აღნიშნავს, რომ მისი მიზანია უფრო მეტ ადამიანს მიაწვდინოს ხმა, ხოლო ეფექტი, რომელსაც მისი ხელოვნება მნახველზე ახდენს, კათარზისს გავს და აფხიზლებს (artcollectornews.com<sup>39</sup>).

ჩარჩოში ჩასმული „წიგნების“ ფოტოების გარდა, ამავე ინსტაგრამ-გვერდზე ვხვდებით სხვა ნივთების ფოტოებს, რომელიც ასევე გადაქცეულია ხელოვნების ნიმუშებად. მაგალითად გვერდიგვერდ დადებული პატარა და დიდი სამაგზავრო ჩანთა. პირველს აწერია “ ბარგი”, ხოლო მეორეს- “ ემოციური ბარგი”.

დეკმანის არტის პირველი ფოტო, რომელიც ინსტაგრამზე შემთხვევით აღმოვაჩინე იყო ჩარჩოში ჩასმული წიგნი წარწერით- “ როგორ უნდა იყო ჯიჯი” - „How to be Gigi” ( საუბარია ჯიჯი ჰადიდზე- ჩვენი დროის ერთ-ერთ ყველაზე მაღალანაზღაურებად ტოპ მოდელზე).

მახსოვს გავიფიქრე: “რამდენად ავადაა სამყარო, რომ მოუწოდებს გოგონებს აბსურდული, თუნდაც ჯიჯისეული მიმზიდველი სილამაზის სტანდარტისკენ და კლავს ინდივიდუალიზმს“, ხოლო შემდეგ, ფოტოს ქვეშ, თვალი მოვკარი წარწერას: „პერსონალური საჩუქარი ჯიჯი ჰადიდს იოჰან დეკმანისგან“... აღნიშნულმა ინფორმაციამ რადიკალურად განსხვავებული შინაარსი შესძინა ნამუშევარს. განსხვავებული ფუნქცია.

<sup>39</sup> <https://www.artcollectornews.com/post/artist-interview-with-johan-deckmann>

კერძოდ, ეფექტურად და ლაკონურად გამოთქმული: “როგორ უნდა დარჩე ის ვინც ხარ და არ ჰგავდე სხვას!”. ეს არის ცოცხალი მაგალითი იმისა, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია კონტექსტისა და შემაერთებელი კონტენტის არსებობა გამონათქვამის სწორად აღსაქმელად.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ამ კონკრეტულ ქვეთავში ვისაუბრებთ მასალაზე, რომელიც განთავსებულია მედია პერსონის, იოჰან დეკმანის ინსტაგრამ-ბლოგზე, რომელიც პროფესიით არის მოქმედი ფსიქოთერაპევტი. ფაბიანის თანახმად, ირონიის გამოყენება ფსიქოთერაპიაში ავლენს დადებით ეფექტს, რადგანაც ქმნის სოლიდარულ გარემოს მსმენელსა და მოსაუბრეს შორის (Fabian, 2006). „ირონია იუმორის ერთგვარი ფორმაა, რომელიც გამოხატავს გამოთქმული აზრის საპირისპირო კონტექსტს. ის შეიძლება იყოს მწარე, მტრული/აგრესიული (სარკასტული ირონია) ან უვნებელი, თვითირონიული; ირონიას აქვს უნარი შეამსუბუქოს იმედგაცრუება, სევდა ან შფოთვა; მას შეუძლია შექმნას სოლიდარული გარემო“ (Fabian, 2006). საკვლევი მასალის შინაარსისა და ფაბიანის დაკვირვებიდან გამომდინარე, რომელიც ამბობს, რომ ირონიას აქვს უნარი სოლიდარული გარემოს შექმნისა და დადებითი ეფექტის მოხდენის (Fabian, 2006), დიუსისა და სხვ. მიერ მოცემული ირონიის სოციალური ფუნქციის 4 კატეგორიას (იუმორი, სტატუსის ამაღლება, ემოციური კონტროლი, აგრესია) (Dews et al., 2009) ჩვენ დავუმატეთ მეხუთე- „ემპატიური მოწოდება დადებითი ცვლილებისკენ“. ეს არის ირონია, რომელიც მოუწოდებს ადამიანს მოახდინოს დადებითი ცვლილებები თავის ცხოვრებაში.

დეკმანის ინსტაგრამ გვერდზე განთავსებულ მასალას ვუწოდეთ ფოტო-ვერბალური, რადგან აქ წარმოდგენილია დეკმანის ხელოვნების ნიმუშების ფოტო ვერსიები, ხოლო თავად ნიმუშებზე განთავსებულია ტექსტი. წინა ქვეთავი ეძღვნებოდა მხოლოდ ვერბალური ირონიის კვლევას, მოცემული ქვეთავის მასალა არის ნივთისა და სიტყვის სურათოვანი კომბინაცია. საინტერესოა, როგორ ვლინდება ირონია აღნიშნულ ფორმატში.

ირონიის პრაგმატიკული ასპექტებიდან გამომდინარე, მისი დეკოდირების პროცესი დავაფუძნეთ შემდეგ კომპონენტებს: 1. ზიარი ფონური ცოდნა პოსტის ავტორსა და მის მიმდევრებს შორის (Colston & Katz, 2005) 2. ირონიის სიტუაციური ხასიათი (Kotthoff, 2003), 3. არაგულწრფელობის აქტი, ანუ კონტრასტი ნათქვამსა და ნაგულისხმევს შორის რომელიც ეფუძნება ალუზიური თვალთმაქცობის თეორიას (Nakamura et.al, 1995), 4. შემაერთებელი კონტენტის არსებობა (Garmendia, 2018). კომენტარების სექციას შევაფასებთ დადებითი ან უარყოფითი ნიშნით და ამგვარად ეს დაადასტურებს ან უარყოფს საერთო ფონური ცოდნის მნიშვნელობას ირონიის დეკოდირების პროცესისთვის. ხოლო კომენტარის ავტორის პოზიციის აღსაწერად გამოვყავით 3 ვარიანტი: დასტური, ნეიტრალური წინააღმდეგობა და აგრესიული წინააღმდეგობა. ამასთანავე, მოხდება კომენტარების ველში გამოხატული ციფრული პარალინგვისტიკის ანალიზი, იმისთვის რომ დავადგინოთ, თუ რა როლს ასრულებს ემოჯები და ემოტიკონები ირონიის დეკოდირების პროცესში, მოცემულ შემთხვევაში.

ირონიის სოციალური ფუნქციის განსაზღვრა, როგორც უკვე აღვნიშნეთ, მოხდება დიუსის, კაპლანისა და უინერის მიერ შემოტანილი 4 კატეგორიით, რომელსაც ჩვენ დავუმატებთ მეხუთეს: 1 იუმორი, 2. სტატუსის ამალეზა, 3. აგრესია, 4. ემოციის კონტროლი (Dews et al., 2009), 5. ემპათიური მოწოდება დადებითი ცვლილებისკენ.

გთავაზობთ ინსტაგრამის აღნიშნულ გვერდზე არსებულ მაგალითებს, დაყოფილს 5 კატეგორიად, მათი ვიზუალური გამოსახულებებიდან გამომდინარე. ესენია: 1. ირონია ძველი წიგნების ყდებზე. 2. ირონია წიგნების შეპირისპირებაზე, 3. ირონია მუსიკალური ფირფიტების ყდაზე 4. ირონია ძველ ჩანთებზე 5. ირონიული პოსტერები. ხუთივე კატეგორიაში მოცემული წარწერები აზრობრივად სიტუაციური ირონიის მაგალითებია, რადგანაც მათი სამიზნე გარკვეულ სიტუაციაში აღმოჩენილი ადამიანია და გარეშე თვალთ დანახული მისი ამგვარი ყოფა არის ირონიული.

აღიარებს რა ფსიქოთერაპიაში სიტყვის ძალას, დეკმანი ქმნის მარტივ, გონებამახვილურ წინადადებებს, რომლის იდეაც არის, დაეხმაროს ადამიანს, თვალი გაუსწოროს არასასურველ სიმართლეს. ერთ-ერთი ძლიერი ასპექტი აღნიშნული

ხელოვნების ნიმუშებისა არის გლობალურად ნაცნობი და მნიშვნელოვანი თემები (რომელიც ქმნის საზიარო ფონურ ცოდნას სხვადასხვა კულტურებს შორის) . სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ხელოვნების შინაარსი, რომელიც განთავსებულია ფოტოების სახით მის ინსტაგრამზე, გასაგები უნდა იყოს ნებისმიერი ეროვნების ინსტაგრამ-მომხმარებლისთვის.

განვიხილოთ ხუთი კატეგორია უფრო დეტალურად.

### 1. ირონია ძველი წიგნების ყდაზე.

ვიზუალურად ეს არის ჩარჩოში ჩასმული წიგნები ამოგრავიურებული წარწერებით, რომლებსაც არტთერაპირული დანიშნულება აქვს. ამ ნიმუშების შინაარსობრივ ღირებულებას სწორედ მათი ვიზუალისა და ვერბალური ფორმის კომბინაცია ქმნის.



მაგალითი 1.

#### **„How to be sorry but not sorry enough not to do it again“<sup>40</sup>**

ეს სათაური დაწერილია ძველი წიგნის ყდაზე. ამ მაგალითში, ირონიული ეფექტი მიიღწევა მრავალშრიანი პრაგმატიკული განზომილებების საშუალებით: პირველი განზომილება არის სიტუაცია, სადაც შემაერთებელი კონტენტი უნდა აღწერდეს ადამიანს, რომელიც მუდმივად აკეთებს რაღაცას, რის გამოც მოგვიანებით სინანულს განიცდის, თუმცა მისი შფოთვა არ არის საკმარისად ღრმა, იმისთვის რომ შეცვალოს ქცევა და შესაბამისად, არასასურველი შედეგი მეორდება. პარადოქსი აქ სიტუაციური ირონიის სახით იშლება. მეორე განზომილება იხსნება ვერბალურ დონეზე; „წუხდე და თან არ წუხდე“ ქმნის კონფლიქტს- აღწერს სინანულში მყოფ ადამიანს, მაგრამ „თან არც“. თუმცა,

<sup>40</sup> „როგორ უნდა წუხდე, მაგრამ წუხდე არასაკმარისად იმისთვის რომ მეტჯერ აღარ გაიმეორო“ (ავტორის თარგმანი)

პირველადი კონფლიქტი მაინც იქმნება წინადადების დასაწყისში „როგორ“ სიტყვით, რომელიც თითქოს გამოსავალზე მიუნიშნებს და აქვს რჩევის ფორმულირება ისეთ ნივთზე, რომელიც განვითარების სიმბოლოა. რჩევა კი ისეთია, რომელიც ადამიანმა სინამდვილეში არ უნდა გაითვალისწინოს. თუმცა, მთავარი რაც აქ უნდა გავითვალისწინოთ არის, ის რომ აღნიშნული ობიექტი სიმბოლური წიგნია (არ აქვს წაკითხვის დანიშნულება, ფუნქციური მხოლოდ ყდაა წარწერით), რომლის შიგთავსიც სრულიად არ შეესაბამება სათაურს და არ არის მნიშვნელოვანი. შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ ხელოვნების ეს ნიმუში წარმოადგენს თერაპიულ სესიებზე დაბადებულ სხვადასხვა სინანულის ამბავს, რომელსაც არ მოყვა ადამიანის მხრიდან სათანადო ქმედება; უფრო სწორად გაგრძელდა ისეთი განმეორებადი მოქმედებით, რომელიც დაუსრულებლად ჩიხში აყენებდა მას. კიდევ ერთი შემაერთებელი კონტენტი აღნიშნული სიტუაციისთვის შეიძლება იყოს ისიც, რომ უმოქმედობა იმდენად რუტინული ხდება, შესაძლებელია დაიწეროს წიგნი იმაზე, თუ როგორ უნდა „დაეუფლო“ მას. ახლა კი შევხედოთ ხელოვანის დამოკიდებულების გამოხატვას აღნიშნულ მაგალითში და შევეცადოთ, განვსაზღვროთ, თუ ირონიის რომელ სოციალურ ფუნქციას იყენებს ის მიზნის მისაღწევად. დეკმანი დისტანციას იკავებს „დროებით და ზედაპირულ სინანულებთან“ და ქმნის წიგნს რიტორიკული შინაარსის სათაურით, თვალთმაქცობს, რადგან ამბობს „ერთს და გულისხმობს სხვას“, აქედან გამომდინარე კი ამჟღავნებს უარყოფით დამოკიდებულებას ნათქვამის მიმართ. არსებობს რისკი- ადამიანმა, რომელიც ნახულობს აღნიშნული არტის ფოტოს ინსტაგრამზე, იფიქროს, რომ დასცინიან ან განიკითხავენ, თუმცადა თუ ყურადღებას მიაქცევს ფორმას, რომლითაც აზრია გამოხატული (სათაურს+წიგნი) ამგვარი დასკვნის გამოტანა შესაძლოა ნაჩქარევი იყოს. სწორედ შეუსაბამობა სათაურსა და მის ფიზიკურ გამოვლინებას შორის (წიგნი, რომელიც ადამიანს თვალს უხელს რიგ საკითხებზე, ასწავლის და ავითარებს) აიძულებს მნახველს (ინსტაგრამის მომხმარებელს ამ შემთხვევაში) დაფიქრდეს და გადააფასოს მისი დანიშნულება, შეიცნოს ირონიული იუმორი და ავტორის სურვილი, დაეხმაროს მას არასასურველ სიმართლეზე თვალის გასწორებით. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ამ მაგალითში გამოხატული აზრი თვითირონიის მატარებელია და ამტკიცებს ირონიის

ჩვენს მიერ შემოთავაზებული სოციალური კატეგორიის არსებობას, რაც არის „ემპათიური მოწოდება ცვლილებებისკენ“. გარდა ამისა, მაგალითს ასევე დაჰყვება დიდაქტიკური ხასიათი, რის გამოც მიგვაჩნია, რომ აქ ასევე უნდა ვლინდებოდეს სოკრატისეული ირონიის ფორმა.

პირველმა მაგალითმა მულტინაციონალური მიმდევრების (follower) მიერ 160მდე კომენტარი დააგროვა. კომენტარების ენა იყო ფრანგული, პორტუგალიური, ქართული და სხვა. იმისთვის რომ გაგვეშიფრა ისეთი კომენტარები, რომელიც არ იყო დაწერილი ინგლისურად, ჩვენ გამოვიყენეთ „თარგმანის“ ვირტუალური ლილაკი, რომელიც მყისიერად თარგმნის ვერბალურ კონტენტს ინსტაგრამის პლატფორმაზე.

კომენტარების დახარისხება მოხდა ნაშრომში შემოთავაზებული კლასიფიკაციის მიხედვით: დადებითი ან უარყოფით ნიშნის შემცველი 1. ემოჯები ან ემოტიკონები, 2. მოკლე ვერბალური კომენტარები, 3. გრძელი ვერბალური კომენტარები. კომენტარის ავტორის პოზიცია შეფასდა შემდეგი კატეგორიებით: დასტური/დადებითი, ნეიტრალური, აგრესიული.

კომენტარების ველში, რომელიც 150-ზე მეტ ეგზემპლარს ითვლის, ვხვდებით ერთს, რომელიც წარმოადგენს დადებითი ნიშნის ამსახველ მაგალითს გამოხატულს გრძელი ვერბალური ფორმით, ხოლო მთქმელი თავის პოზიციას ნეიტრალური წინააღმდეგობით აფიქსირებს. აღნიშნული გამოცავით იმ მიზეზით, რომ ამ კატეგორიის კომენტარები იშვიათია დეკმანის გვერდზე. მისი შინაარსი გადმოსცემს შემდეგს: „Absolutely love your collection. It's like a smack in the face. Honestly not judging here just intrigued, how is it that you can be a therapist and so understand people have complex "systems" in play with issues and coping mechanisms and beliefs and crossed wires, so to speak. yet your art seems to be not compassionate and understanding but cold and blameful of the human "too weak to let logic overcome their psyche and learned ways of being. i hope that makes sense. It's like i get a non Baker mixing flour sugar fat and expecting a scone and getting a cookie. But a Baker who knows what ingredient ratio is needed for what wouldn't be expecting anything other than what they made so its weird hearing

a psychologist seem to mock human ways“<sup>41</sup>. ეს არის შესანიშნავი მაგალითი ნეიტრალური წინააღმდეგობისა, რომელშიც უარყოფით ნიშანს ვხედავთ. მისი ავტორი პოზიციის დაფიქსირებას იწყებს დადებითი შინაარსის წინადადებით-„ მიყვარს თქვენი კოლექცია. სახეში გალაწუნების ტოლფასია“, შემდეგ კი აფასებს დეკმანის შემოქმედებას როგორც უგულოსა და არაემპათიურს. კომენტარის ავტორის თქმით, ის კი არ განსჯის, უბრალოდ გულწრფელად აინტერესებს, თუ რატომ დასცინის ადამიანებს მათი სისუსტეების გამო ფსიქოლოგი, რომელსაც უწევს მათთან მუშაობა. აქ ვხედავთ დადებით ნიშანს, რაც ნიშნავს იმას, რომ კომენტარის ავტორმა სწორად მოახდინა მაგალითში არსებული ირონიის იდენტიფიკაცია. თუმცა, შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ არასაკმარისი ზიარი ფონური ცოდნის გამო ვერ შეძლო სწორად გაეშიფრა მისი მიზანი. კომენტარის ავტორმა ვერ მოახერხა ის შემაერთებელი კონტენტი ეპოვნა, რომელიც ნათელს ჰფენს დეკმანის შემოქმედების მიზანს (და რაზეც ის ინტერვიუებშიც საუბრობს); ეს კი გვეუბნება თუ რამდენად მნიშვნელოვანია ზიარი ფონური ცოდნისა (Colston & Katz, 2005) და შემაერთებელი კონტენტის (Garmendia, 2018) არსებობა ირონიის დეკოდირების პროცესში.

კომენტარების დარჩენილ ნაწილში გადმოცემულია ავტორის დადებითი პოზიცია დადებითი ნიშნით, რაც ნიშნავს იმას, რომ პოსტის მნახველმა (და არა მსმენელმა, რადგან აღნიშნული მაგალითები ფოტო-ვერბალურ მასალებს წარმოადგენენ) სწორად გაშიფრა ირონია და გაიზიარა მისი ავტორის პოზიცია. ეს ასევე გამოვლინდა პოზიტიური ემოჯების სახით, რომელიც მოიცავდა „სიცილის 😂“, ტაშის 🙌“, „გულის♥“, „იმედგაცრუების 😞“, „სახეზე ხელის აფარების 🙈“ ემოჯებს. ვერბალური კომენტარები, როგორიცაა: „So good!(რა კარგია), „Ooops“, „haha, my life?“ (ჰაჰა, ჩემი ცხოვრება?), „I love

---

<sup>41</sup> სრულიად ადფრთოვანებული ვარ თქვენი კოლექციით – თითქოს სახეში გალაწუნების ტოლფასია. ნამდვილად არ განგსჯით, უბრალოდ მაინტერესებს: როგორ შეიძლება როგორც თერაპევტს, რომელსაც ესმის, ადამიანები როგორ რთულ ფსიქოლოგიურ "სისტემები" ქმნიან – მათ პრობლემებთან გამკლავებაში და ამავედროულად, თქვენი ხელოვნება არ ავლენდეს თანაგრძნობას, არამედ იყოს ცივი და ბრალს დებდეს ადამიანს სისუსტეში, რომ მათ არ ძალუძთ პრობლემის მოგვარების ნასწავლი გზების გადასწავლა? იმედი მაქვს გესმით რასაც ვამბობ. ანუ, მესმის ის შემთხვევა, როდესაც მზარეული არ ხარ და ფეკილს, შაქარსა და ცხიმს ურევ ერთმანეთში ზისკვიტის მოსამზადებლად, მაგრამ გამოგდის ფუნთუშა. თუმცა გამოცდილი მცხოვრებელი, რომელმაც იცის ინგრედიენტების ზუსტი პროპორციები და შემცველობა, იციც რისი მოლოდინი უნდა ჰქონდეს. ამიტომ უცნაურია, როცა ფსიქოლოგი დასცინის ადამიანურ ბუნებას. (ავტორის თარგმანი)

this page” (მიყვარს ეს გვერდი), “your collectiod describes my feelings” (თქვენი კოლექცია ჩემს შეგრძნებებს აღწერს), ძირითადად, მაღლიერების გამომხატველი იყო. გრძელი ვერბალური კომენტარების რიცხვი შედარებით ნაკლები იყო. ერთ-ერთ ასეთ კომენტარში ვკითხულობთ: „უფრო მეტ ადამიანს რომ შეეძლოს ამ წარწერების ნახვა და საკუთარ შეცდომებზე სიცილი, ამდენი ფსიქოლოგი აღარ დაგვჭირდებოდა“, „ თქვენს ნამუშევრებში ვერ ვხედავ დაცინვას, არამედ ეს არის იმედები, რომელიც ამ სამყაროს კონტექსტში იბადება. ეს სამყარო კი სასტიკია და ხშირად პროგნოზირებად ქცევებსა და სევდას ბადებს“, „ჯერ ხუმრობაზე გეცინება. მერე შეიცნობ მისით შენიღბულ სიმართლეს და, სავარაუდოდ, ხედავ მას საკუთარ თავში. მაგრამ რადგან ნათქვამს ხუმრობის ელფერი აქვს, მე შემიძლია მისი მიღება და გათავისება, რადგან ის უფრო შერბილებულად ჟღერს. ვინმეს რომ პირდაპირ ეთქვა ჩემთვის- „პრობლემა გაქვს“, გავაპროტესტებდი“. აღნიშნული კომენტარები, ფაქტობრივად, ამბობს ჩვენს სათქმელს და არაჩვეულებრივად აღწერს ირონიის გაშიფრვის ფიქრის პროცესს- თუ როგორ იმეცნებს ადამიანი ჯერ ნათქვამის პირდაპირ მნიშვნელობას, შემდეგ უარყოფს მას და ხვდება ქვეტექსტს. ბოლო კომენტარში ასევე ხაზგასმითაა ნაჩვენები თუ როგორი ეფექტი მოახდინა მკითხველზე იუმორით ნათქვამმა ირონიამ. ეს კი იმის მანიშნებელია, რომ აღნიშნული მაგალითი დადებითი სოციალური ფუნქციის მატარებელი უნდა იყოს, კერძოდ, ეს არის იუმორი და ემპათიური მოწოდება დადებითი ცვლილებებისკენ. აღნიშნული მაგალითი ასევე ატარებს ემოციური კონტროლის სოციალურ ფუნქციას (Dews et al. 2009). ემოციური კონტროლი ვლინდება მაშინ, როდესაც დეკმანი დემონსტრირებს თვითკონტროლს მსუბუქად პოზიტიური ან შეხუმრებითი მანერით ირონიული აზრის გამოთქმის დროს. თუ ირონიული რემარკა აღიქმება როგორც უფრო იუმორისტული, ნაკლებად დამძრახველი და გამაკრიტიკებელი, ვიდრე პირდაპირი ნათქვამი, მაშინ ლოგიკურია, რომ ირონიამ უნდა დააშოშმინოს მსმენელის მხრიდან თავდაცვის სურვილი. აქედან გამომდინარე, არსებობს საფუძვლიანი მიზეზი იმისა, რომ ირონიას აქვს ნაკლებად საზიანო ზეგავლენა მთქმელსა და მსმენელის ურთიერთობაზე (Dews et al. 2009). ამრიგად, ირონიის სოციალური ფუნქცია აქ ფარავს სამ კატეგორიას. ესენია: იუმორი, ემოციური კონტროლი (Dews et al, 2009) და ემპათიური მოწოდება ცვლილებებისკენ.



## მაგალითი 2.

### “How to fill your emptiness with desperate mistakes”<sup>42</sup>

დეკანის არტ-მაგალითებიდან განსაკუთრებით აღსანიშნავია წიგნის ფოტო წარწერით: „როგორ შევავსოთ სიცარიელე სასოწარკვეთილების შეცდომებით“ (“how to fill your emptiness with desperate mistakes”). ცხოვრების ეტაპზე, ალბათ, ბევრი ადამიანი პირისპირ დამდგარა შეგრძნებასთან, რომელსაც ჰქვია სიცარიელე... როდესაც არაფერი გავსებს; თითქოს არაფერს აქვს აზრი, რასაც არ უნდა აკეთებდე ცხოვრებაში; შემდეგ მოდის სასოწარკვეთის შეგრძნება და სიახლის ძიების სურვილი, რომელსაც ბევრი შეცდომა მოაქვს ადამიანის ცხოვრებაში. საქმე ის არის, რომ სიცარიელის შეგრძნებავერ ივსება დაუფიქრებელი და სასოწარკვეთით „დაწერილი ისტორიებით“; ასეთი ნაბიჯები ყოველთვის სინანულის გამომწვევ მუზეზად იქცევა. მეორე მაგალითში აღწერილია სიტუაციური ირონია, ხოლო ფორმა, რომელიც ავტორმა შეარჩია, წარმოადგენს ვერბალურ ირონიას. ამ მაგალითში წარმოდგენილი სახელმძღვანელო, სახელმძღვანელოდ ვერ გამოდგება; აბსურდია ურჩიო ადამიანს ის, რაც არ უშველის. ანუ, ავტორი თვალთმაქცობს. ამ ფორმით გატარებული ირონიისთვის დამახასიათებელი „მოულოდნელობით“ და ასევე – „ვამბობ ერთს და ვგულისხმობ სხვას“ ეფექტით რეალიზდება ირონია. სოციალური ფუნქციით, ეს არის „დადებითი“ ირონია, რადგან მიზნად ისახავს ადამიანის გამოფხიზლებას, მოუწოდებს ცვლილებისკენ; ის მართალია აჩვენებს „მისი ყოფის სიმახინჯეს“, მაგრამ არ დასცინის, არ ამცირებს და არც მასზე მალლა აყენებს საკუთარ თავს; ის ეუბნება–„ჩაიხედე ამ სარკეში...ხედავ რა არის შესაცვლელი?– შეცვალე!“ აქ წარმოდგენილ პრობლემას არ გააჩნია „ეროვნება“– ეს არის სიტუაცია,

<sup>42</sup> „როგორ შევავსოთ სიცარიელე სასოწარკვეთილების შეცდომებით“ (ავტორის თარგმანი)

რომელშიც შესაძლოა აღმოჩნდეს ნებისმიერი ადამიანი განურჩევლად სქესისა და ეროვნებისა.

პოსტის მთავარი აზრის სწორად აღსაქმელად საჭიროა არსებობდეს შესაბამისი ცხოვრებისეული გამოცდილებით მიღებული ფონური ცოდნა. ამ მაგალითის კითხვის პროცესის პარალელურად, წარმოსახვაში შესაძლოა გონების ხმით გავიგონოთ მონოტონური ტონი, თანაბარი ტემპი და ვხედავთ ადამიანს აუღელვებელი გამომეტყველებით, რის საფუძველზეც შეგვიძლია ვიმსჯელოთ უნებლიე წარმოსახვითი პარალინგვისტიკის ფაქტორის გააქტიურების შესაძლებლობაზე.

პოსტზე კომენტარებში ვკითხულობთ: „I’m a pro at that! (მე პროფესიონალი ვარ ამ დარგში!) 🏆”, „ 😊 That’s a good one 🧐”(კარგი იყო), “A classic” (ქანრის კლასიკა), „I could give a Ted Talk about this” (თედ-თოქზე სიტყვით შემიძლია გამოვიდე და ვისაუბრო ამ საკითხზე), „To say this piece moved me is an understatement” (შემძრა და თან როგორ); ციფრული პარალინგვისტიკის გამოვლინებას ვხედავთ შემდეგი ემოჯებით: „ 😊 😊 😊“, „ 🙌 🙌 🙌“, “ 😬”, “ ❤️”... აქდან გამომდინარე, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ საერთო ფონური ცოდნის არსებობისა და შემაერთებელი კონტენტის სწორად გაშიფრვის შემდეგ, ინსტაგრამის გამომწერებმა ადეკვატურად აღიქვეს მეორე მაგალითში გადმოცემული ირონია. ეს დასტურდება დადებითი ვერბალური შეფასებებითა და შესაბამისი განწყობის გამომხატველი ემოჯებით.



მაგალითი 3.

”Will you replace my mother?”<sup>43</sup>

<sup>43</sup> „დედაჩემს ჩაანაცვლებ?“ (ავტორის თარგმანი)

მომდევნო მაგალითის თემატიკაა ურთიერთობა ქალსა და მამაკაცს შორის; “Will you replace my mother?” წარწერის გარდა წიგნის ყდაზე ასახულია მუხლმოდრეკილი მამაკაცი, რომელიც ხელს სთხოვს ქალს. თვითონ სურათი არ იქნებოდა განსაკუთრებული მნიშვნელობის, რომ არა ხელის თხოვნის უჩვეულო ფორმულირება წარწერის სახით- „ცოლად“ გამომყვების ნაცვლად, აქ შერჩეულია სიტყვა- „დედად“ (რაც ქმნის მოულოდნელობის ეფექტს). მაგალითში გატარებული ირონია უნდა გულისხმობდეს მამაკაცების იმ კატეგორიას, რომლებმაც ზრდასრულ ასაკს მხოლოდ წლოვანებით მიაღწიეს; მაგალითში საუბარია მამაკაცის კატეგორიაზე, რომელიც მომავალ მეუღლეში ხედავს არა ცხოვრებისეულ პარტნიორს, არამედ საკუთარ დედას; ასეთი პოზიციის მიზეზი ემოციური ინტელექტის დაბალი ნიშნული და დამოუკიდებლად ცხოვრების უუნარობაა. ამგვარად მოუმწიფებელი ადამიანი ყოველთვის საჭიროებს „მომვლელს“ და არა „მეუღლეს“. აღნიშნული სიტუაცია ნაცნობია ნებისმიერი ეროვნების ადამიანისთვის, რაც ქმნის საერთო ფონურ ცოდნას. სიტუაციურ ირონიაში ჩაქსოვილია რიტორიკული შეკითხვის ირონიის ფორმა, რომლის ფუნქციაც, ისევე და ისევე არის მოუწოდოს ადამიანს დადებითი ცვლილებისკენ“.

აღნიშნულმა მაგალითმა მოაგროვა 300-ზე მეტი კომენტარი, სადაც უმეტესწილად, წარმოდგენილია სიცილისა და აპლოდისმენტების ამსახველი ემოჯები; ხოლო მოკლე ვერბალურ კომენტარებში ვკითხულობთ: „her response: yes, is you replace my father (მისი პასუხი: დიახ, შენ თუ მამაჩემს ჩაანაცვლებ“, „ omg, this is literally almost exactly what my fiancé said when he proposed. “Will you take care of me? 🤔” (ღმერთო ჩემო, ზუსტად ეს მითხრა ჩემმა ყოფილმა საქმრომ, ჟღერდა ასე- მომივლი? 🤔) და ა.შ. პოსტზე დატოვებულ კომენტარებში ადამიანები ერთხმად გამოხატავენ დადებით პოზიციას (ანუ, იზიარებენ დეკმანის აზრს და სწორად შიფრავენ მის ჩანაფიქრს). აქ ვხვდებით ძირითადად დადებით ნიშანს, გამოხატულს როგორც ემოჯებით, ისე მოკლე და გრძელი ვერბალური კომენტარებით. ამ სიმრავლეში საინტერესოა ერთი კომენტარი, რომელიც მამაკაცს ეკუთვნის: „Dude, I don’t get the point. What is the situation? 🤔🤔🤔”<sup>44</sup>. აღნიშნული

<sup>44</sup> მეგობარო, ვერ ვხვდები რის თქმას ცდილობა. რა ხდება, რა სიტუაციაა? (ავტორის თარგმანი)

კომენტარი ჩაითვლებოდა ნეგატიური წინააღმდეგობის მაგალითად, რომ არა ფრაზის ბოლოს დატოვებული ახალშობილის ემოჯი-სიმბოლო. ეს არის კლასიკური მაგალითი ირონიისა, რომელიც ვლინდება შეუსაბამობაში ნათქვამსა და არჩეულ ემოჯი სიმბოლოს შორის. სწორედ ასეთ მაგალითებს აღწერენ ბეტელი და პანცერი ირონიისა და ციფრული პარალინგვისტური კომბინაციის საილუსტრაციოდ (Bettelli & Panzeri, 2023).



მაგალითი 4.

#### **“How not to be fooled by the person in front of you”<sup>45</sup>**

აღნიშნული მაგალითი დაწერილია წიგნის ისეთ ყდაზე, რომელიც ბუნდოვნად აირეკლავს ნამუშევრის წინ მდგომ ადამიანს. ირონია აღნიშნულ მაგალითში რეალიზდება რიტორიკული განცხადების სტრატეგიით, სათაურში მოცემული ინსტრუქცია კი უარყოფითია („How not to be -როგორ არ უნდა...“). ირონიის ყველაზე აშკარა მნიშვნელობა ვლინდება სწორედ სათაურისა და ნიმუშის ფიზიკური გამოვლინებით (წიგნი, რომლის ყდაც ირეკლავს მის წინაშე მდგომ ადამიანს). განსაკუთრებული ყდის გარეშე სათაური არ იქნებოდა ისეთი ეფექტური და ირონიული, როგორც არის ყდის სპეციფიურობის წყალობით. შემაერთებელი კონტენტი შესაძლოა აღწერდეს პარადოქსულ სიტუაციას, რომელშიც ადამიანები საკუთარ თავს ვიტყუებთ, რომ მივაღწიოთ საწადელს, შედეგს კი მაინც არ მოაქვს კმაყოფილება საბოლოო ჯამში. კიდევ ერთი გარდამავალი კონტენტი იქნებოდა ისეთი სიტუაცია, რომელშიც ჩვენ ვუშვებთ ერთსა და იმავე შეცდომას განსხვავებული შედეგის მიღების იმედით. ალუზიური თვალთმაქცობა გამოხატულია ავტორის (დეკმანის) შეფარულ განზრახვაში, რომ ერთადერთი ადამიანი, ვიზუალურად უნდა დარდობდე რომ არ მოგატყუოს- ხარ შენ.

<sup>45</sup> „როგორ არ უნდა მოტყუდე შენს წინ მდგომი პიროვნების მიერ“ (ავტორის თარგმანი)

კმაყოფილების მდგომარეობის (felicity condition) რღვევა ვლინდება ყდით, რომელიც ირეკლავს იმ ადამიანს, ვინც დგება ხელოვნების ნიმუშის წინ. პრაგმატიკული ასპექტით ავტორის დამოკიდებულების გამოხატვა (attitude expression) ნეგატიურია- ის ადამიანური ყოფის ამაოებას აღწერს. დეკმანის გამომწერთათვის ეს სათაური ღიმილის მომგვრელი უნდა იყოს იმის გაცნობიერებით გამოწვეული, რომ საკუთარი თავი ხშირად გვატყუებს. აქ მოცემული ირონიის სტრატეგია თვითირონიაა, რომელიც არ გულისხმობს სახეზე მკაცრ შეტევას ან დამცირებას.

აღნიშნულმა ნიმუშმა 49 კომენტარი მოაგროვა, რომელშიც იდენტიფიცირდება დადებითი ნიშანი ირონიის დეტექციის პროცესში. კომენტარებში გამოხატული რეაქცია მიუთითებს ავტორის მიმართ აღფრთოვანებასა და აღიარებაზე. ფაქტი, რომ აქამდე განხილულ მაგალითებში გვხვდება მხოლოდ პოზიტიური ნიშანი, უნდა მიუთითებდეს ბრაუნისა მიერ დასახელებული მედია პერსონასა და მედია მომხმარებლებს შორის „იდენტიფიკაციის“ კავშირზე. კერძოდ, მედია მომხმარებლები ებმებიან გამიზნულ მიებაში ისეთი მედია პერსონებისა, ვინც მათში იწვევს აღფრთოვანებას ამა თუ იმ თვისებითა თუ მიღწევით და ვისთანაც აღნიშნული მიზეზების გამო, ისურვებდნენ იდენტიფიცირებას (Brown, 2015). როცა მსგავს პიროვნებას აღმოაჩენენ, ისინი ასიმილირდებიან მის შეხედულებებთან, ღირებულებებსა და რწმენებთან. ასიმილაციის მიზეზი შეიძლება იყოს ის, რომ მედია მომხმარებლის მიერ შერჩეული მედია პერსონის შეხედულებები უკვე ემთხვევა მედია მომხმარებლებში არსებულ შეხედულებებს ან მედია პერსონას გააჩნია ისეთი თვისებები, რომელიც მათ უნდათ საკუთარ თავში განივითარონ (Burke, 1969). ასეთი ტიპის აუდიტორიის ჩართულობას ბრაუნი უწოდებს „იდენტიფიკაციას“. მის მიღმა თეორია გულისხმობს იმას, რომ ერთი ინდივიდი იზიარებს (ან სჯერა რომ იზიარებს) მეორეს ინტერესებსა და შეხედულებებს (Brown, 2015).

აღნიშნული იდენტიფიკაციის საკითხი ვლინდება კომენტარებში დადებითი ემოჯებისა და მოკლე/გრძელი პასუხებით. ემოჯების რიცხვში შედის : 😊, 😄, 🙌 ემოჯი სიმბოლოები; მოკლე ვერბალური კომენტარები მოიცავს: „რა კარგია!“, „Genius“

(გენიალურია), „indeed” (ნამდვილად); გრძელი ვერბალური კომენტარები კი შემდეგია: „ღმერთო, ვგიჟდები ამ გვერდზე“, „love the fact that the cover is actually a mirror” (მომწონს ის ფაქტი, რომ წიგნის ყდას სარკის ეფექტი აქვს), „oh, she fools me every day!” (უჰ, ის მე მაცუცურაკებს ყოველდღე!) და სხვა.

ირონიის სოციალური ფუნქცია აღნიშნულ მაგალითში არის იუმორი, რომელიც რეალიზდება სიტუაციური ირონიისა და თვითირონიის ფორმებით. ის ასევე მოიცავს ემოციური კონტროლისა და დადებითი ცვლილებისკენ მოწოდების სოციალურ ფუნქციას. როდესაც ირონია რეალიზდება ემოციური კონტროლის გზით, ინდივიდები დემონსტრირებენ გონებამახვილური მანერითა და იუმორით არასასიამოვნო სიმართლის გადმოცემის უნარს, რომელიც ასევე მიუთითებს მათ მიერ ემოციების მართვის ეფექტურ უნარზე. თუ ირონიული რემარკა ნამდვილად უფრო შერბილებულად აღიქმება ვიდრე პირდაპირ ნათქვამი კრიტიკა, მაშინ დაბეჯითებით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ირონია დადებით მისიას ატარებს ურთიერთობებში.

## 2. ირონია წიგნების შეპირისპირებაზე

აღნიშნული კატეგორია მოიცავს ისეთ მაგალითებს, რომელშიც ორი წიგნი ერთმანეთის გვერდიგვერდ შეპირისპირების ან შედარების მიზნით დევს. ამ ორი წიგნიდან, როგორც წესი, ერთი გაცილებით სქელია ვიდრე მეორე.

მაგალითი 5.



“Your chances of changing the world” (thin book) vs “Your chances of changing yourself” (thick book)<sup>46</sup>

<sup>46</sup> „შენსმიერ სამყაროს შეცვლის შანსები“ vs „შენსმიერ საკუთარი თავის შეცვლის შანსები“.

აღნიშნული მაგალითი წარმოდგენილია ორი, ერთმანეთის გვერდიგვერდ მოთავსებული წიგნის სახით. პირველი მცირე ზომის წიგნია (დაახლოებით 20-30 გვერდი), სათაურით „Your chances of changing the world“, ხოლო მეორე სქელტანინი (დაახლოებით 500-600 გვერდის მოცულობით) და მისი სათაურია „Your chances of changing yourself“. იმისთვის, რომ მოხდეს ირონიის იდენტიფიცირება, საჭიროა შევხედოთ მულტიპრაგმატიკულ განზომილებას, რომელშიც ის იშვირება. დასაწყისისთვის, ნიმუშში ნაგულისხმევი მნიშვნელობა ალუზიურად უკავშირდება კაცობრიობის გიგანტურ ამბიციებს, რომელიც წარმოადგენს სამყაროს შეცვლის სურვილს მაშინ, როდესაც ეს შესაძლებელია და იწყება მხოლოდ საკუთარი თავის ცვლილებით. ეს ეხმიანება მაჰათმა განდის სიტყვებს: „შენ იყავი ის ცვლილება, რომლის დანახვაც გასურს სამყაროში“. ირონიული შინაარსის გამოტანა შესაძლებელია მხოლოდ წიგნების იმ სისქით, რომელიც თითოეულ მათქანს აქვს. წიგნების გარეგნული გამოხატულებიდან იბადება კიდევ ერთი შემაერთებელი კონტენტი, რომელიც გულისხმობს, რომ სამყაროს შეცვლის შანსი 1-2%-ს უდრის (წიგნის სისქიდან გამომდინარე), მაშინ როდესაც საკუთარი თავის ცვლილების შანსები გაცილებით მაღალია (დიდტანინი წიგნი). ეს არის მინიშნება იმაზე, თუ საიდან უნდა დაიწყოს ადამიანმა, თუ მას დადებითი ცვლილების დანახვა სურს. ამავე დროს, დეკმანი ირიბად მიუთითებს ფაქტზე, თუ რამდენად ვარიდებთ თავს ადამიანები საკუთარ თავზე მუშაობას, ნაწილობრივ იმ მიზეზით, რომ თავი სრულყოფილი გვგონია. სწორედ აქ ვლინდება ავტორის უარყოფითი, კრიტიკული დამოკიდებულება საკითხის მიმართ (შენაკავშირებელი კონტენტი). თუმცადა ის შეფერილია იუმორით და შესაბამისად ასრულებს იუმორისა და ცვლილებისკენ მოწოდების სოციალურ ფუნქციას, რადგან მაგალითში ნაჩვენებია მწარე, მაგრამ განმაკურნებელი სიმართლე. აქ მოცემულია რიტორიკულად ირონიული განცხადება და თვითირონიის ფორმები.

მთქმელის მიზანს იზიარებს მისი ინსტაგრამ აუდიტორიაც. კომენტარებში 99%-ით გვხვდება დადებითი ნიშანი, რაც ნიშნავს იმას, რომ გამომწერებმა სწორად შეაფასეს და განმარტეს მაგალითში შეფარული ირონია, რაც ადასტურებს საზიარო ფონური ცოდნის არსებობის აუცილებლობას მთქმელსა და მსმენელს შორის. ამავდროულად, ეს

უკავშირდება ბრაუნის თეორიას „იდენტიფიკაციის“ შესახებ (Brown, 2015). ფოტოზე დატოვებულ 132 კომენტარს შორის ფიქსირდება შემდეგი მოკლე ვერბალური ფორმები: „change yourself=change the world“ (შეცვალე საკუთარი თავი=შეცვალე სამყარო), „როგორი ღრმა შინაარსი დევს“, „some artworks contain flying selves that fulfill others such as mirrors-souls. You got this philosophy which transcends cultures and differences. Thank you for sharing it!“ (ზოგიერთი ხელოვნების ნიმუში ავტორის მოარული ვერსიაა, რომელიც ეხმარება სხვებს... თქვენი ფილოსოფია ტრანსცენდენტულია კულტურული სხვაობების წინაშე. მაღლობა, რომ გვიზიარებთ!). ასევე გვხვდება ემოჯი-კომენტარები მოწონების, გულისა და აპლოდისმენტების (👍,❤️,👏) ფორმით, რომელიც უნდა ნიშნავდეს იმას, რომ ადამიანები ეთანხმებიან და იწონებენ ავტორის მიერ გამოხატულ აზრსა და ფორმას. ამრიგად, ირონია აქაც დადებით სოციალურ ფუნქციას ასრულებს. შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ როდესაც უარყოფითი პრაგმატიკული ფუნქციის მატარებელი ირონია გამოიყენება დადებითი სოციალური ფუნქციის შესრულების მიზნით, მისი დანიშნულება უკვე აღარ არის დაცინვა, მკაცრი კრიტიკა ან დაკნინება. არამედ პირიქით, ის უფრო ხილდება თავის მსმენელს და მასთან ურთიერთობას. და საპირისპიროდ, როცა უარყოფითი პრაგმატიკული გამოვლინებას აქვს უარყოფითი სოციალური ფუნქცია (მაგალითად აგრესია ან სტატუსის ამაღლება), ირონიის მიზანია დაამციროს და მკაცრად გააკრიტიკოს ადრესატი, ჭკუა ასწავლოს მას.



მაგალითი 6.

**“Secrets I have kept” (thin book) vs “Secrets I have told” (thick book)<sup>47</sup>**

აღნიშნული წიგნების გარეკანი ამხელს ადამიანის ნაკლოვან ბუნებას, რომელსაც უჭირს საიდუმლოს შენახვა. ირონია აქაც რეალიზდება ორი განსხვავებული სისქის

<sup>47</sup> „საიდუმლოები რომელიც შევინახე“ და „საიდუმლოები რომელიც გავეცი“

წიგნის შეპირისპირებით. პირველი მომცრო და თხელია, სათაურით „Secrets I have kept” (საიდუმლოები რომელიც შევინახე), ხოლო მეორე გაცილებით დიდი და სქელი, სათაურით „Secrets I have told” (საიდუმლოები, რომელიც გავეცი). ხელოვნების ნიმუშის ვიზუალური გამოსახულება, რომელიც გადაჯაჭვულია ვერბალურ გამოხატულებასთან, ქმნის იმ ურთიერთსაწინააღმდეგო შინაარსებს, რომელიც ასე საჭიროა ირონიის გადმოსაცემად. მორალური თვალსაზრისით, საიდუმლო იმისთვისაა, რომ შევინახოთ. თუმცადა, მისი გავრცელების მიდრეკილება უფრო ხშირი შემთხვევაა ნებისმიერი ერის საზოგადოებში. ეს არის შემაერთებელი კონტენტი, რითაც ვხვდებით ავტორის სათქმელს, რომ გაცემული საიდუმლოები ჭარბობს შენახულს.

ირონიის პრაგმატიკული ფუნქცია გამოხატულია ირონიული შეფასების ფორმით, რომელიც გადმოცემულია პირველ პირში და ასევე ატარებს თვითირონიის ელფერს. პარადოქსული შინაარსის ეს მაგალითი ესადაგება სიტუაციური ირონიის ფორმას. ეს არის ალუზიური თვალთმაქცობის მაგალითი, რომლის შინაარსიც გადმოსცემს კაცობრიობის პრობლემებსა და ნაკლოვანებებს. დამოკიდებულების გამოხატვა ავტორის მხრიდან არის უარყოფითი (მიზნად ისახავს მსგავსი საქციელის კრიტიკას).

იმისთვის, რომ მნახველმა სწორად მოახდინოს ირონიის იდენტიფიკაცია, მნიშვნელოვანია საზიარო ფონური ცოდნის არსებობა, რომელიც დასტურდება პოსტზე დატოვებულ კომენტარებში. მეექვსე მაგალითს ახლავს 95 კომენტარი, რომელშიც ვლინდება დადებითი ნიშანი, გვხვდება „სიცილის, აპლოდისმენტის, გულის ემოჯები. ხოლო ვერბალური კომენტარები არის შემდეგი: „thank you” (მადლობა), „brilliant! (ბრწყინვალედ ნათქვამია!), „you are fantastic!” (ფანტასტიური ხართ). გვაქვს ასევე ირონიაზე ირონიით გაცემული პასუხები: „ I bet those secrets that you’ve kept are all yours!” (ნიძლავს დავდებ, ის საიდუმლოები რომელიც შეინახე, შენ გეხება), მოცემული მაგალითის მშვიდი რიტორიკა და ვიზუალური გამოხატულება გვაფიქრებს, რომ მისი სოციალური ფუნქცია უნდა იყოს ემოციური კონტროლის შენარჩუნება. ასევე მას აქვს აქვს ადამიანის გამოფხიზლების დანიშნულებაც, ანუ ის მოუწოდებს დადებითი ცვლილებისკენ.



მაგალითი 7.



მაგალითი 8.

„Me on social media” vs”Me”<sup>48</sup>

“Inner joy with wi-fi” vs “inner joy without wi-fi”<sup>49</sup>

მეშვიდე მაგალითი გულისხმობს ადამიანებს, რომელთა ვირტუალური ცხოვრება სოციალურ ქსელში უფრო მრავალფეროვანია, ვიდრე რეალური. დეკმანი მიუთითებს, რომ ტექნოლოგიური განვითარების ეპოქაში ძალიან ბევრი ადამიანი ცხოვრობს „სხვისი თვალისთვის“- აქვეყნებს ბრძნულ სტატუსებს იმ მიზნით, რომ წარმოაჩინოს თავისი ინტელექტი; აზიარებს ფოტოებს, სადაც ფინჯან ყავასთან მოთავსებულია გადაშლილი წიგნი რათა მოიხვეჭოს ინტელექტუალის და ა.შ. რეპუტაცია; მოგზაურობს იმ მიზნით, რომ ინსტაგრამს შეჰმატოს საზღვარგარეთ გადაღებული ფოტოები და ამით თავი მოიწონოს. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, მეშვიდე მაგალითი აღწერს კატეგორიას, რომელიც ვირტუალური აუდიტორიის წინაშე თამაშობს ისეთ ადამიანს, რომელსაც სინამდვილეში არ წარმოადგენს, წიგნების სისქისა და მათზე დართული წარწერის კომბინაცია ასევე ავლენს თვითირონიის მაგალითს. რაც შეეხება მერვე მაგალითის შეპირისპირებას, „Inner joy with wi-fi” vs “inner joy without wi-fi“ ესადაგება დღევანდელ რეალობას. სამწუხაროდ თუ საბედნიეროდ, ჩვენი ცხოვრება ინტერნეტის გარეშე წარმოუდგენელია. დღესდღეობით სოციალური ქსელის მიერ შემოთავაზებულმა გართობის საშუალებებმა ჩაანაცვლა ნებისმიერი სახის ფიზიკური აქტივობა- მიმოსვლა თუ ერთმანეთთან პირისპირ საუბრით გამოწვეული სიხარული. ამ მაგალითებში წარმოდგენილია სიტუაციური ირონია, რომელიც მოიტანა ტექნოლოგიურმა განვითარებამ. პოსტი მიუთითებს, რომ ეს არის ტრაგედია და საჭიროა ცვლილება!

<sup>48</sup> „მე სოციალურ ქსელში - მე“ (ავტორის თარგმანი)

<sup>49</sup> „შინაგანი მხიარულება wi-fi-ით vs wi-fi-ს გარეშე“(ავტორის თარგმანი)

### 3. ირონია მუსიკალური ფირფიტების ყდაზე

ამ კატეგორიაში გაერთიანებული მაგალითები შესრულებულია ძველი მუსიკალური ფირფიტების ყდაზე:



მაგალითი 9.



მაგალითი 10.

9. "Repetition of the words you needed to hear as a child"<sup>50</sup>

10. "Repetition of things I really shouldn't be telling myself"<sup>51</sup>

მაგალითები 9 და 10 წარმოადგენს სათაურებს, რომლებიც განთავსებულია ძველ მუსიკალურ ფირფიტების ყდეზე და მეტაფორულად განასახიერებს ისეთი განმეორებადი ფიქრის პროცესს, რომელსაც ადამიანი, სასურველია, საკუთარ თავს არ ეუბნებოდეს. მიზეზი იმისა, თუ რატომ განვიხილავთ ამ ორ მაგალითს ერთდროულად, არის მათი კავშირი ერთმანეთთან. სიყვარულისა და მხარდაჭერით გაჯერებული ბავშვობა დადებითად მოქმედებს ადამიანის მენტალურ მდგომარეობაზე. ამის საპირწონედ, ინდივიდები, რომლებიც გაიზარდნენ არაჯანსაღ გარემოში მიდრეკილნი არიან ისეთი ნეგატიური ფიქრებისკენ, როგორცაა „მე არ ვარ წარმატებული“. მეცხრე მაგალითში გამოხატულია მდგომარეობა, რომელიც ბევრ ადამიანს აწუხებს. ხშირ შემთხვევაში სწორედ ჩვენ ვართ ის ადამიანები, რომლებიც ხელს ვუშლით საკუთარ თავს მშვიდად ცხოვრებაში (Fabian, 2006); აღნიშნული უნდა წარმოადგენდეს შემაერთებელ კონტენტს მოცემულ მაგალითებში. გარდა ამისა ნიმუშის ვიზუალური მხარე, რომელიც

<sup>50</sup> „იმ სიტყვების გამეორება, რომელიც სასურველი იყო ბავშვობაში მოგესმინა“ (ავტორის თარგმანი)

<sup>51</sup> „იმ სიტყვების გამეორება, რომელსაც საკუთარ თავს სასურველია არ ვეუბნებოდა“ (ავტორის თარგმანი)

წარმოადგენს მუსიკალურ ფირფიტას, ერთგვარი სიმბოლოა ერთი და იგივე ფიქრების გამეორების (ფირფიტაზე ჩაწერილი სიმღერების ხელახლა დაკვრა განუწყვეტილ შეგვიძლია). აღნიშნული ნიმუშები თვითირონიისა და სიტუაციური ირონიის მაგალითებია. გარდა ამისა, პირველ პირში გადმოცემული ვერბალური მხარე გამოხატავს ავტორის (დეკმანის) ალუზიურ თვალთმაქცობას. აუდიტორია იჭერს მის თვალთმაქცურ დამოკიდებულებას და აგრძელებს ამ განწყობას კომენტარების სექციაში. აუდიტორიის რეაქცია აქ ხასიათდება დადებითი ნიშნით (მაგალითი 9- 78კომენტარი; მაგალითი 10-42 კომენტარი). მე-10 მაგალითის ქვეშ ვკითხულობთ: „ this album is too small” (ეს ალბომი ძალიან პატარაა), „ a record that plays nonstop”(ჩანაწერი, რომელიც განიწყვეტილ უკრავს)“, „me- in this reality” (მე ამ რეალობაში); ასევე ვხედავთ ემოჯებს გატეხილი გულის, სიცილის, სათვალისანი სახისა და აპლოდისმენტების სახით. მე-9 მაგალითის კომენტარებში ვკითხულობთ: „Bravo!“, „amazing (გასაოცარია!)“, „It hits really deep” (ძალიან ღრმად ჩამწვდა გულში), „I listened to this album frequently” (ამ ალბომს ხშირად ვუსმენდი); ხოლო ემოჯებში ვხედავთ გულის, აპლოდისმენტებისა, ტირილის, მოწონების სიმბოლოებს. აღნიშნული მიუთითებს იმას, რომ ადამიანებმა დაინახეს ავტორის ჭეშმარიტი სათქმელი, რითაც ის გამოხატავს თანადგომას, და არა კრიტიკას ან დაცინვას. ამას შეიძლება ვუწოდოთ დადებითი მიმღებლობა აუდიტორიის მხრიდან- დეკმანის აუდიტორიის 99 % ხვდება, რომ მის არტ ნიმუშებში გამოხატული კრიტიკისგან თავდაცვა არ სჭირდება, ვინაიდან ავტორის მიზანია „გამოაფხიზლოს“ ადამიანი, დაანახოს არცთუ ისე სასიამოვნო სიმართლე და მოუწოდოს საკუთარ ცხოვრებაში დადებითი ცვლილებების განხორციელებისკენ. აუდიტორია კომენტარებში ავლენს დასტურის პოზიციას, რაც ნიშნავს იმას, რომ სრულიად ეთანხმება მთქმელს და იზიარებს მის აზრს. ნეგატიური ნიშნის არ არსებობის მიზეზი უნდა იყოს ბრაუნის (Brown, 2015) „იდენტიფიკაციის“ ფენომენი. 9 და 10 მაგალითების მიზანია მოგვიწოდოს, რომ ნეგატიური თვითშეგონებები ჩანაცვლდეს დადებითით.

#### 4. ირონია ძველ ჩანთებზე



Example 11.

**“The Gucci bags in my hands” (handbag) vs “The bags under my eyes” (traveling suitcase)<sup>52</sup>**

აღნიშნული მაგალითში ირონია იქმნება მაგალითის ვიზუალურ-ვერბალური შერწყმით, რომლის შემაერთებელი კონტენტი უნდა იყოს შემდეგი: გუჩის ჩანთა მაღალი სოციალურ-ეკონომიკური სტატუსისა და სიუხვის სიმბოლოა. ზოგიერთი ადამიანი თავდაუზოგავად შრომობს, რომ შეეძლოს ასეთი ჩანთების ყიდვა. ასეთი შრომა ჯანმრთელობის ხარჯზე აისახება სახეზე თვალქვეშ შემუპებით. მეთერთმეტე მაგალითში წარმოდგენილია თვითირონია სიტყვათა თამაშში, სადაც „bag-ჩანთა“ თვალების ქვეშ შემუპებას ნიშნავს. ჩვენ შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ დეკმანის მიზანია თავისი აუდიტორია დააყენოს არჩევანის წინაშე: ღირს თუ არა სტატუსის მოხვეჭა ჯანმრთელობის ხარჯზე? და ამგვარად მოუწოდოს ცვლილებისკენ.

პრაგმატიკული თვალსაზრისით, ავტორის დამოკიდებულების გამოხატვა არის ნეგატიური (კრიტიკა), ის ვლინდება რიტორიკულ-ირონიული შეფასებით. თუმცაღა, სოციალური ფუნქციაა თანაგრძნობა და რეალური სურათის ასახვა. მაგალითმა 38 კომენტარი დააგროვა, რომელშიც ვლინდება დადებითი ნიშანი. გვაქვს სიცილის, ტირილის, აპლოდისმენტების, გულის ემოჯი გამოსახულებები. ხოლო ვერბალური კომენტარები შემდეგი აზრის მატარებელია: „Me.These days!” (მე. დღესდღეობით!), „ვფიქრობ სამართლიანი გაცვლაა: დრო ფულში“, არის კომენტარი, რომელიც აგრძელებს ავტორის ირონიას: „bags under my eyes are prada” (ჩემი თვალების ქვეშ ჩანთები პრადაა).

<sup>52</sup> „გუჩის ჩანთები ჩემს ხელში“ vs „შემუპება (=“ჩანთა“) ჩემი თვალების ქვეშ“ (ავტორის თარგმანი)

## 5. ირონიული პოსტერები



მაგალითი 12.



მაგალითი 13.

12. “I’m the most humble person in the world”<sup>53</sup>

13 “We often laugh about how competitive we are but I laugh the most”<sup>54</sup>

მე-12 მაგალითში გამოსახულია ინგლისური დიდი ასოებით წარწერა-„ I AM THE MOST HUMBLE PERSON IN THE WORLD” და სკამი; ხოლო მე-13 მაგალითზე ვხედავთ მხოლოდ ვერბალურ წარწერას პოსტერზე, რომელიც ამბობს: „WE OFTEN LAUGH ABOUT HOW COMPETITIVE WE ARE BUT I LAUGHT THE MOST“. ორივე მაგალითის შემთხვევაში ირონია დაშიფრულია სიტყვათა არჩევანში. მე-12 მაგალითში ეს არის „ყველაზე თავმდაბალი“. ის აღწერს ადამიანს, რომელიც გამოირჩევა თავმდაბლობით იმდენად, რომ მისი აზრით ყველას „ჯობნის“, რაც ჩანასახშივე ეწინააღმდეგება თავმდაბლობის იდეას. ამავდროულად შევხედოთ წინადადების დანარჩენი წევრების წყობას: მე ვარ მსოფლიოში ყველაზე“... ანუ „პირველი და საუკეთესო“. პრაგმატიკული თვალსაზრისით, აქ მოცემულია ირონიული ჰიპერბოლა (ყველაზე თავმდაბალი). არტის მიღმა შეფარული ირონია უარყოფით დამოკიდებულებას გამოხატავს ამპარტავნებით შენიღბული თავმდაბლობის მიმართ, ხოლო ერთადერთი სკამი, რომელიც პოსტერის ქვეშ არის მოთავსებული, ამძაფრებს ამ კონტექსტს. აღნიშნულმა მაგალითმა მოაგროვა 44 კომენტარი, ყველა დადებითი ნიშნის მატარებელი. ზოგიერთი მათქვანი აგრძელებს

<sup>53</sup> „მე ვარ მსოფლიოში ყველაზე თავმდაბალი ადამიანი“ (ავტორის თარგმანი)

<sup>54</sup> ჩვენ ხშირად ვიცინით ჩვენს ჯიბრიანობაზე, მაგრამ ყველაზე მეტად ვიცინი მე“. (ავტორის თარგმანი)

ავტორისეულ ირონიას და ვკითხულობთ: „A true humble brag” (ჭეშმარიტად თავმდაბლური თავმოწონება), „The chair is for “sit down, be humble” (სკამის ფუნქცია: დაჯექი და იყავი თავმდაბალი); სიცილის, გულის, აპლოდისმენტების ემოჯი სიმბოლოები მიუთითებენ, რომ აუდიტორიამ სწორად მოახდინა ავტორის მიერ გამოხატული ირონიის დეკოდირება.

მე-13 მაგალითი არის ვერბალური ირონია გამოხატული საწინააღმდეგო აზრის მქონე სიტყვების არჩევანით. კერძოდ, წინადადების პირველი ნაწილი თავმდაბლურია „ჩვენ ხშირად ვიცინით ჩვენს ჯიბრიანობაზე“, რომლის შინაარსიც ბათილდება მეორე ნაწილით: „მაგრამ ყველაზე მეტად ვიცინი მე!“. ბოლო ნაწილი სინამდვილეში სრულიად ცვლის მთელი გამოთქმის შინაარსს და დადებითიდან გადააქცევს მას უარყოფითად. დეკმანის დამოკიდებულებაც უარყოფითია და შეიცავს კრიტიკას. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ მე-12 და მე-13 მაგალითში ჩვენ გვესმის შეფარული კრიტიკა სიტუაციის მიმართ. თუმცადა, გამოხატვაში კონტრასტი ქმნის იუმორისტულ ეფექტს. აქედან გამომდინარე, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ამ მაგალითებში გამოხატულია სიტუაციური ირონია, ირონიული ჰიპერბოლა და ირონიული შემახილი. ასეთი სატირულ-იუმორისტული სიტუაცია ნაცნობია ყველა ერის წარმომადგენლისთვის. აქედან გამომდინარე კი მკითხველი არ გრძნობს თავს შეურაცხყოფილად და არც დეკმანის მიზანია დასცინოს ან დაამციროს. კომენტარების სექცია ამტკიცებს ამ მოსაზრებას, რადგან აბსოლუტური უმრავლესობით ფიქსირდება დადებითი ნიშანი. ამ მაგალითების სოციალური ფუნქციაა „სტატუსის ამაღლება“, იუმორი და მოწოდება დადებითი ცვლილებისკენ.



მაგალითი 14.

**„Keep dancing to the rythm of your continuous mistakes”<sup>55</sup>**

მეთოთხმეტე მაგალითი წარმოადგენს ვერბალური ირონიისა და სიმბოლური ნივთის კომბინაციას. ვხედავთ დიდი ლათინური ასოებით წარწერას: „Keep dancing to the rythm of your continuous mistakes“, ხოლო მის ქვეშ მოთავსებულია კლავიატურა, მეტად მძაფრი ეფექტის მოსახდენად. ირონია აქ ვლინდება საწინააღმდეგო შინაარსების ფრაზებით-„განაგრძე მუდმივად... ცეკვა“ და „საკუთარი შეცდომების რიმთზე“. ირონიის პრაგმატიკული ფუნქცია ვლინდება ირონიული თანხმობით ( „დიახ, მიდი, განაგრძე“-განწყობა), რომელიც ალუზიური თვალთმაქცობის თეორიის ჭრილში, რა თქმა უნდა, არ გულისხმობს იმას რასაც ამბობს; ანუ, მოცემულია დადებითი სიტყვიერი ფორმულირება-„განაგრძე ცეკვა“, და იგულისხმება საპირისპირო- „შეჩერდი“. ეს მაგალითი ასევე წარმოადგენს ირონიული შეთავაზების ფორმას სიტყვათწყობიდან გამომდინარე. წარწერის ქვეშ მოთავსებული კლავიატურა ამძაფრებს შეფარულ აზრს. ეს არის მუსიკის სიმბოლო, რომელიც „აგულიანებს“ ადამიანს, რომ იცეკვოს. შემაერთებელი კონტენტი გულისხმობს სიტუაციას, სადაც ადამიანი მუდმივად უშვებს ერთსა და იმავე შეცდომას. ეს იმდენად რუტინული და ჩვეული ხდება, რომ „ნაცნობ მელოდიად“ გარდაიქმნება. გარდა ამისა, ავტორს გამოყენებული აქვს ერთი საინტერესო ხერხი, სიტყვა „რიტმი“ გამიზნულად არის შეცდომით დაწერილი, მაგრამ ამ შეცდომის შემჩნევა არ არის მარტივი ტვინისთვის. საინტერესო ფაქტია- ტვინი, როგორც წესი, ავტომატურად „მართავს/ასწორებს“ შეცდომას ნაცნობ სიტყვაში და სწორად აღიქვამს მას (Moss, 2020). ზუსტად იგივე შეიძლება ვთქვათ ჩვენს მიერ შეცდომების დაშვებაზეც- შეცდომები იქცევა იმდენად კარგად „გათელილ ბილიკად“, რომ რთულია შევამჩნიოთ როდის ავცდით მთავარ გზას. მეთოთხმეტე მაგალითი ერთგვარად პირველი მაგალითის გაგრძელებაა (How to be sorry but not sorry enough not to do it again"). ავტორის დამოკიდებულება მეთოთხმეტე მაგალითში ნეგატიურია. დეკმანი აკრიტიკებს ზიანის მომტან მოქმედებას, მაგრამ მისი განზრახვა არ არის ადამიანის დაცინვა. პირიქით, ამ

---

<sup>55</sup> „განაგრძე მუდმივად საკუთარი შეცდომების რიმთზე ცეკვა“. (ავტორის თარგმანი)

მაგალითში ვხედავთ ირონიის სოციალურ ფუნქციას, რომელიც მოუწოდებს დადებითი ცვლილებისკენ. ავტორს სურს თანადგომის ხელი გაუწოდოს ასეთ სიტუაციაში მყოფ ადამიანს იმით, რომ აჩვენებს სიმართლეს და მისი ყოფის აბსურდლობას. ამ ნამუშევრის ფოტომ, მოაგროვა 61 კომენტარი ინსტაგრამზე. აუდიტორიის რეაქცია სრულიად ავლენს დადებით ნიშანს, ხოლო მისი პოზიცია დასტურით გამოიხატება. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, აუდიტორიამ სწორად მოახერხა ირონიის დეფინიცია და გაიზიარა დეკმანის პოზიცია. კომენტარებიდან ჩანს, რომ ადამიანები არ გრძნობენ თავს დამცირებულად ან შეურაცხყოფილად. კომენტარები გამოხატავს აღფრთოვანებას და თანხმობას ნიმუშში გამოხატულ იდეასთან მიმართებაში. ემოჯებს შორის ვხვდებით ტაშის, გულის, სიცილისა და სევდის გამოხატველ რეაქციებს. ირონიის სოციალური ფუნქცია არის მოუწოდოს ადამიანს დადებითი ცვლილებისკენ.

### ***3.6. ინსტაგრამის ფოტო-ვერბალური მასალის კვლევის შედეგები***

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, დეკმანის ხელოვნების საფუძველს სიტუაციური ირონია წარმოადგენს, რომელიც მის ინსტაგრამ ბლოგზე გამოხატულებას ჰპოვებს ფოტოების სახით. ნამუშევრებში გამოხატული ირონია რეალიზდება ფიზიკური და ვერბალური ფორმების კომბინაციით, რომლის იდეაც ძლიერ ეფექტს ახდენს მნახველზე.

ზემოთ განხილულმა მაგალითებმა გამოავლინა შემდეგი: ნივთებზე წარწერების პირველ პირში ფორმულირება აძლევს მაგალითებს თვითირონიის ფორმას; შინაარსისა და ფორმის ერთიანობა ღიმილს გვრის ადამიანს, რომელიც გაცნობიერების შემდეგ იზადება (ამის დასტურია უამრავი ღიმილისა და სიცილის ემოჯი კომენტარებში). თვითირონია და იუმორი დეკმანის ერთგვარი სტრატეგიაა, რომლის სიძლიერე ის არის, რომ მას არ ყავს კონკრეტული მსხვერპლი. დეკმანი ეყრდნობა ცხოვრებისეულ პარადოქსულ სიტუაციებს, აზრის გამოხატვას ირჩევს ზოგადი მანერით ან პირველ პირში და საუბრობს ტრაგი-კომიკურ რეალობებზე. თვითირონიის (N 1,4,5,6,7,10,11) ფორმების გარდა ვხვდებით ირონიულის შემახილის (N13), ირონიული შეთავაზების (N 14), სარკასტული ირონიის (N 1,2), ირონიული შეკითხვის (N 2,3,5), ირონიული ჰიპერბოლისა (N 12,13) და სიტუაციური ირონიის (N 1-14) მაგალითებს. განსაკუთრებული სიმრავლით

გამოვლინდა სიტუაციური ირონიისა და თვითირონიის ფორმები, რაც განპირობებულია ემპირიული მასალის შინაარსითა და მიზნით.

რაც შეეხება ირონიის სოციალურ დანიშნულებას, დეკმანის მიზანია თქვას, რომ ყველანი ერთნი ვართ განურჩევლად კულტურისა, რელიგიისა თუ რასისა; კაცობრიობას ერთნაირი პრობლემები აწუხებს და მათ გლობალური სახე აქვთ. შემდეგ ის აშიშვლებს სიმართლეს, იყენებს იუმორს, მოუწოდებს ადამიანს დადებითი ცვლილებებისკენ და აფხიზლებს მას (ყველა მაგალითში ფიგურირებს ეს ფუნქცია). ასევე გვხვდება ემოციის კონტროლისა (N1,2,4,6) და სოციალური სტატუსის ამადლების ფუნქციაც (N12,13), მაგრამ ამ სტრატეგიას დეკმანი იყენებს იმ მიზნით, რომ მიუთითოს შეცდომებზე და აბსურდულ ქმედებებზე და არა იმიტომ რომ განიკითხოს ან დაამციროს.

პირდაპირ კრიტიკასთან შედარებით ირონიული კრიტიკა შეზავებული იუმორით ქმნის უსაფრთხო სივრცეს აუდიტორიისთვის. აუდიტორიას არ აქვს ისეთი შეგრძნება რომ აქილიკებენ ან დასცინიან. ამას ადასტურებს ყველა ფოტოზე 95-99 %ით დადებითი გამოხმაურება და ემოჯი (აპლოდისმენტი, გული, სიცილი...) კომენტარების სახით. გარდა ამისა, კომენტარის ავტორები ხშირად აგრძელებენ დეკმანის თვითირონიას, მოკლე ან გრძელი ვერბალური ან ვერბალურ-ციფრული პარალინგვისტიკის კომბინაციის სახით. ასეთ კომბინაციებში შეგვხვდა ირონიის ისეთი გამოვლინება, რომელიც ასახავს შეუსაბამობას ვერბალურ და ციფრულ სიმბოლოს შორის (Bettelli, Panzeri, 2023). ნიშანი ყველგან დადებითია, ანუ გამომწერებმა წარმატებით მოახდინეს ირონიის დეკოდირება. ეს თავის მხრივ ადასტურებს იმას, რომ ზიარი ფონური ცოდნა და შემაერთებელი კონტენტი წარმოადგენს ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ფაქტორს ირონიის დეკოდირების პროცესისთვის.

ამრიგად, ირონიით შენიღბული სიმართლე ხდება ნაკლებად მტკივნეული, ინარჩუნებს ავტორსა და მის აუდიტორიას შორის ნდობისა და მეგობრულ განწყობას და ტოვებს სივრცეს ფიქრისთვის. დეკმანის ხელოვნების მისია არის- მოუწოდოს ადამიანს დადებითი ცვლილებისკენ. იუმორის გამოყენება ირონიას უფრო დასამახსოვრებელს

ბდის და აფიქრებს ადამიანებს თავიანთ პარადოქსულ ქმედებებზე (Kreuz, Long, & Mary B., 2009).

### **3.7. ირონია საჯარო ინსტაგრამ გვერდის რილებში**

წინამდებარე სადისერტაციო ნაშრომის ემპირიული მასალის მესამე კატეგორიაა ვიდეოგრაფიული ტიპის მასალა. აღნიშნული ტერმინი დადგინდა მასალის სპეციფიკიდან გამომდინარე და წარმოადგენს მოკლემეტრაჟიან (90 წმ) ვიდეო-რგოლებს ცნობილი ამერიკული და ქართული სიტკომებიდან. ეს ამონარიდები განთავსებულია მოკლე ვიდეოს ფორმატით ფეისბუკისა და ინსტაგრამის სოციალურ პლატფორმაზე.

სიტკომი, იგივე სიტუაციური კომედია (ინგლ. Situation comedy, Sitcom) არის კომედიური ხასიათის კინოხელოვნების ჟანრი, ერთგვარი სატელევიზიო შოუ, რომელშიც გმირები მუდმივად კურიოზულ სიტუაციაში ხვდებიან. სიტუაციურ კომედიას ყოველთვის აქვს რამდენიმე სეზონი და თითოეული სეზონი შედგება ეპიზოდისგან. ზოგადად სიტკომების პერსონაჟების ძირითადი ბირთვი არიან ოჯახის წევრები და მათი მეგობრები, ხოლო სიუჟეტი, როგორც წესი, მიმდინარეობს პერსონაჟებისთვის ნაცნობ გარემოში, ეს არის ბინა, სამსახური...

ჩვენს მიერ შედარებითი ანალიზისთვის შერჩეული ინგლისური ვიდეოები ამოჭრილია ამერიკული სიტკომიდან („friends“), ხოლო ქართული მასალა არის ამავე სიტკომის ფორმატსა და შინაარსზე დაფუძნებული ქართული სიტკომის („შუა ქალაქში“) 90 წამიანი ვიდეოების ამონარიდები. ქართული და ინგლისურენოვანი რილები განთავსებულია ინსტაგრამის საჯარო გვერდებზე.

„Friends“ („მეგობრები“) არის კომედიური ჟანრის სატელევიზიო შოუ, რომელიც აღწერს 6 მეგობრის (რეიჩელი, როსი, მონიკა, ჩენდლერი, ჯოუი და ფიბი) ცხოვრებას, ურთიერთობებს, ამბიციებსა და მიზნებს. ისინი ერთმანეთის მეზობლად ცხოვრობენ ნიუ იორკში და აბსოლუტურად ყველა ცხოვრებისეულ გამოწვევას (სიყვარული, კარიერა,

სამსახურის პოვნა და დაკარგვა, კამათი და გულისტკენები, ქორწინება, შვილები და სხვა შესაძლო ცხოვრებისეული დრამა) ერთმანეთის გვერდში დგომით გადიან. შოუ იწყება მაშინ, როდესაც თითოეული გმირი 19-20 წლის არის და გრძელდება მათ ზრდასრულ ასაკამდე. გმირები მაყურებლის თვალწინ იზრდებიან. რეიჩელი თავდაპირველად მიმტანად მუშაობს, ხოლო შემდეგ გადადის მოდის ინდუსტრიაში. როსი პალეონტოლოგია. როსის და, მონიკა შეფ-მზარეულია. ჩენდლერი სარეკლამო ბიუროში მუშაობს. ჯოუი ტრიბიანი მსახიობია საექვო ინტელექტუალური შესაძლებლობებით, ხოლო ფიბი ბუფეი-მუსიკოსი. „friends“-ი არის ყველა დროის სატელევიზიო შოუ, ის დღემდე დიდი პოპულარობით სარგებლობს და ჰყავს სხვადასხვა ეროვნების მაყურებელი.

„შუა ქალაქში“ არის „friends“-ის სიუჟეტზე დაფუძნებული ქართული სიტკომი მეგობრების ჯგუფზე, რომლებიც თბილისის ცენტრალურ უბანში ცხოვრობენ. სიტკომი ექვსი წლის მანძილზე გადიოდა ერთ-ერთ ქართულ ტელეარხზე. შოუს სტილი და იუმორი აღმოჩნდა ის, რამაც მას დიდი პოპულარობა მოუტანა ქართველ მაყურებელთა შორის. სიტკომის პერსონაჟთა ძირითადი ბირთვი შედგება 9 მეგობრისგან. ესენი არიან: ირაკლი და მარიკა (შემდეგ ისინი ქორწინდებიან), მათი ნათესავი დათო, ირაკლის და მარიკას კარის მეზობლები ქეთევანი და თამარი და მათი საერთო მეგობრები ეკა, ანანო, სანდრო. ირაკლი ჩხეიძე პროფესიით ექიმი. მარიკა, ირაკლის ცოლი- დიასახლისია. მხატვარი დათო ალექსიძე მარიკას ბიძაშვილია, რომელიც ცოლთან გაშორების შემდეგ „დროებით“ საცხოვრებლად გადადის მარიკას და ირაკლის ბინაში. ანანო აგროსპეციალისტია და ძალიან უყვარს ყველაფერი რაც ბუნებას და ცხოველებს უკავშირდება. სანდრო მახარაძე იურისტია. მან განათლება ლონდონში მიიღო და ამით ძალიან ამაყობს, თუმცა მისი კვალიფიკაცია თუ ინტელექტი მუდამ კითხვის ნიშნის ქვეშ დგება. კარის მეზობელი თამარ და ქეთევან ლლონტები დები არიან. ეკა ერთ-ერთი კომპანიის მენეჯერი და ჩვენს მიერ აღწერილი სიტკომის გმირების თანაკლასელია. ყველა პერსონაჟი ერთ უბანში ცხოვრობს.

თუ შევადარებთ ორივე სიტკომს, მონიკასა და ჩენდლერის პროტოტიპები ქართულ შოუში არიან დათო და მარიკა; ჯოუს პროტოტიპია სანდრო, ორივე გულუბრყვილო და ბავშვური. არაორდინალური და ექსცენტრიული ფიზის პროტოტიპია ანანო; დები ქეთევანი და თამარი ქართული რეალობიდან ამოზრდილი „ცნობისმოყვარე და ჭორიკანა მეზობლების“ პროტოტიპები არიან.

მიზეზი იმისა, თუ რატომ ავირჩიეთ ეს ვიდეოები ემპირიულ მასალად, არის შესაძლებლობა, დავაკვირდეთ და შევადაროთ როგორ ვლინდება ირონიისა და სარკასტული ირონიისთვის დამახასიათებელი აუდიო-ვიზუალური პარალინგვისტიკა კომუნიკაციის პროცესში. ჩვენი მიზანია აღნიშნულ თავში პასუხი გავცეთ შემდეგ შეკითხვებს :1. აქვს თუ არა ირონიასა და სარკაზმს მისთვის დამახასიათებელი აუდიო-მიმიკური კოდი და თუ კი, როგორია ის; 2. განსხვავდება თუ არა ირონიისა და სარკაზმის პარალინგვისტიკა ქართულ და ინგლისურ მაგალითებში. 3. როგორი პრაგმატიკული ფორმით ვლინდება ირონია და სარკაზმი ორივე სიტკომში და 4. რა სოციალური ფუნქციით ვლინდება ირონია ინსტაგრამ-რილეებში.

კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე შევარჩიეთ ირონიისა და სარკაზმის შემცველი რილეები აღნიშნული სიტკომებიდან და გავზომეთ წინამდებარე ნაშრომში წარმოდგენილი სოციო-პრაგმატიკული კვლევის პარადიგმით: 1. ირონიის რა ნაირსახეობა ვლინდება ემპირიულ მასალაში; 2. ალუზიური თვალთმაქცობის თეორიის არაგულწრფელობისა და მოლოდინის რღვევის კომპონენტების მნიშვნელობა (Nakamura et al., 1995); 3. ზიარი ფონური ცოდნის მნიშვნელობა (Colston & Katz, 2005) და შემაერთებელი კონტენტი (Garmendia, 2018); 4. ირონიის სიტუაციური ხასიათი (Kotthoff, 2003); 5. ციფრული პარალინგვისტიკის გამოვლინება და მისი როლი (ემოჯები და ემოტიკონები) ვერბალური ირონიის მაგალითების დეკოდირების პროცესში (Bettelli, Panzeri, 2023); 6. დადებითი/უარყოფითი ნიშნის (Hancock, 2004) სტატისტიკა კომენტარებში ; 7. ირონიის სოციალური ფუნქცია (Dews et. al, 2009); 8. ირონიისა და სარკასტული ირონიის აუდიო-ვიზუალური პარალინგვისტური ფაქტორები (Fónagy, 1971; Cutler, 1974; Anolli et al., 2000; Fónagy, 1971; Haverkate, 1990; Ekman & Friesen, 1986).

აუდირებადი პარალინგვისტიკის განსაზღვრის დროს ანოლისა და კოლეგების თანახმად ირონიას ახასიათებს „არაბუნებრივი“, ერთგვარი თვალთმაქცური (Anolli, et al., 2000) გამოხატვა. ბგერების სრული ან ნაწილობრივი ნაზალიზაცია<sup>56</sup>, წინადადების რითმის შენელება, ერთი ან მეტი სიტყვის გამოკვეთა და მარცვლების გაზვიადებული/შენელებული მანერით წარმოთქმა (Cutler, 1974).

სარკასტული ირონია, როგორც ირონიის უკიდურესი გამოვლინება, რომელიც ზოგჯერ ძალიან თხელი ზღვართ ემიჯნება პირდაპირ კრიტიკას, ხასიათდება მაღალი და ცვალებადი ხმის ტონალობითა და ძლიერი ენერგიით, სწრაფი არტიკულაციითა და მოკლე პაუზებით (Anolli, et al., 2000, p. 300).

ირონიის აუდიო მახასიათებლების გამოსავლენად ჩვენ ასევე დავეყრდნობით ფონაგის კვლევას, რომელშიც გამოიყოფა ირონიული ხმის ტემბრის სამი ფაზა: 1. „გულ-მკერდის ხმა“; 2. რეგისტრის ცვლილება: ხმა გულ-მკერდიდან ადის თავში; 3. ხმა ბრუნდება „გულ-მკერდის“ არეში; წარმოიქმნება ხრინწის ეფექტი (Fónagy, 1971). ჩვენი აზრით პირველი არის ირონიის, ხოლო მეორე სარკასტული ირონიის აუდიო დახასიათება. შესაძლებელია ადამიანი, თავისი საკომუნიკაციო მიზნებიდან გამომდინარე ერთი სიტუაციის ფარგლებში ირონიიდან გადავიდეს სარკასტულ ირონიაში და ეს გადასვლა სავარაუდოდ უნდა გამოჩნდეს ხმის ტონში (ისევე როგორც მიმიკაში). ასეთი მაგალითები ფიქსირდება როგორც „friends“-ის ასევე და „შუა ქალაქში“-ს რილებში.

ირონიის მიმიკური კოდი გადაჯაჭვულია ემოციებთან. მთქმელი გადმოსცემს თავის ემოციას სახის გამომეტყველებით (Ekman et al., 1971; Wiggers, 1982). ირონიის ვიზუალური პარალინგვისტიკის ასპექტის საკვლევად ავიღეთ ეკმანის (Ekman et al., 1971) მოდელი და დავაკვირდით რილებში ირონიული მთქმელის სახის სამ ნაწილს, რომელიც

---

<sup>56</sup> "ცხვირისა", "ცხვირისმიერი" ნაზალურად, ცხვირისმიერად ქცევა (ბგერისა); ნაზალური ელფერის მიცემა (ბგერისათვის) წყარო: უცხო სიტყვათა ლექსიკონი, 1989.

ყველაზე კარგად ავლენს მიკრო-ემოციას. ესენია: 1. წარბები და შუბლი, 2. თვალები, ქუთუთოები, ცხვირის ნესტოების არე, 3. პირი, ტუჩის კუთხეები, კბილები.

როგორც აგუერტი ამბობს (Aguert, 2022), ირონიას მიმიკურად ამხელს შემდეგი გამოვლინება: 1. ირონიული მთქმელი ნაკლებად იღიმის და აქტიურად ამოძრავებს პირს; მას ასევე ახასიათებს პირის მჭიდროდ მოკუმვა და ერთ-ერთი კუთხის ოდნავ აწევა, 2. ირონიული მთქმელი იშვიათად ამყარებს თვალის კონტაქტს თანამოსაუბრესთან და ხშირად წევს წარბებს მაღლა (Aguert, 2022).

რაც შეეხება სარკასტულ ირონიას, ჰაიმანი ამბობს (Haiman, 1998), რომ სარკაზმის გამომეტყველების საფუძველი ზიზლისა და ბრაზის ემოციაა. ზიზლი სახეზე აღიბეჭდება ისე, თითქოს ადამიანმა რაღაცა არასასიამოვნო დააგემოვნა ან შეისუნთქა, ხოლო ბრაზი იწვევს წარბის, თვალისა და პირის არეში გარკვეულ ცვლილებებს (Rockwell, 2001), კერძოდ თვალები ელვარებს და მჭიდროდაა ფოსოში ჩამჯდარი, ზედა ტუჩის იწვევს მაღლა (შესაძლოა გამოჩნდეს კბილები), ხოლო წარბები კოპებადაა შეყრილი ან მაღლაა აზიდული.

აღნიშნულიდან გამომდინარე, წინამდებარე ნაშრომში წამოყენებულია ჰიპოთეზა, რომლის მიხედვით ირონიის მიმიკური კოდი ხასიათდება ზიზლისა და ქედმაღლური დაცინვის მიკროგამომეტყველებით, ხოლო სარკასტული ირონია/სარკაზმი ზიზლის ან დაცინვის მიკროგამომეტყველებით, რომელსაც აუცილებლად ახლავს აშკარად გამოკვეთილი ბრაზის მიმიკა.

როდესაც ირონიის ვერბალურ გამოვლინებას ახლავს ვიზუალურ-აუდიალური პარალინგვისტური ფაქტორები, სამივეს კომბინაცია მსმენელს უმარტივეს ირონიის დეკოდირების პროცესს (Rockwell, 2001). ასევე მნიშვნელოვანია კონტექსტის, საერთო ფონური ცოდნის არსებობა ორივე მხარეს შორის. სწორედ ამ ჰიპოთეზას განვიხილავთ ქართული და ინგლისური სიტუაციური კომედიების შედარებითი ანალიზის მაგალითზე (“Friends”, „შუა ქალაქში“).

გარდა ამისა ირონიის ემპირიული მასალის კვლევის პროცესში დავაკვირდებით რილებზე კომენტარებში ადამიანების რეაქციას და ციფრულ პარალინგვისტიკას (ემოჯები და ამოტიკონები) და შევეცადეთ განგვესაზღვრა რამდენად მოახდინა სოც. მედიის აღნიშნული გვერდების აუდიტორიამ ირონიისა და სარკაზმის იდენტიფიცირება და რა დამოკიდებულებაა აქვს აუდიტორიას გვერდების მიმართ.

## 1. „Friends”

მაგალითი<sup>5758</sup>

**Chandler:** ok, here's the phone bill.

**Joe:** oh my god! (terrified)

**Chandler:** that's our phone number...

**Joe:** (smiles)

**Comment 1:** 🤔 🙄 😂 🤔

**Comment 2:** Chandler was always so patient with him.

**Comment 3:** & yet, they got along the best.

პირველი მაგალითი აღწერს შემდეგ სიტუაციას: ჩენდლერი აწოდებს ჯოუს ტელეფონის გადასახადის ქვითარს. ჩენდლერი დახედავს და თავზარდაცემული სახით ხმამაღლა შეიცხადებს, რაზეც ჩენდლერი მშვიდი სახით პასუხობს: „that's our phone number“. ჯოუი მშვიდდება და უღიმის.

---

<sup>57</sup>[https://www.instagram.com/reel/C5nMDrRMEg3/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/reel/C5nMDrRMEg3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)

<sup>58</sup> **Chandler:** „აჰა, აგერ ჩვენი ტელეფონის გადასახადი“; **Joe:** „ღმერთო ჩემო! „**Chandler:** „ეს ჩვენი ტელეფონის ნომერია/ **Comment 1:** 🤔 🙄 😂 🤔 **Comment 2:** ჩენდლერი ყოველთვის მოთმინებით ეკიდებოდა მას **Comment 3:** და მაინც, ისინი ერთმანეთს ყველაზე კარგად ეწყობოდნენ). (ავტორის თარგმანი)

აქ გადმოცემულია ირონია, რომელის დეკოდირება შესაძლებელია მხოლოდ და მხოლოდ დიალოგის კონტექსტში. ვერბალური ნაწილი, სადაც უშუალოდ ჟღერს ირონია („that’s our phone number -ეს ჩვენი ტელეფონის ნომერია“), ცალკე რომ აგველო, რა თქმა უნდა კონტექსტს მოკლებული და გაუგებარი იქნებოდა. უფრო მეტიც, ის იფუნქციონირებდა როგორც პირდაპირი ნათქვამი. ეს არის ალუზიური თვალთმაქცობის გამოვლინება, რადგან ჩენდლერი სულაც არ გულისხმობს ნათქვამის საპირისპიროს (ეს არ არის ჩვენი ტელეფონის ნომერი), არამედ ის ჯოუიზე გონებრივად მაღლა მდგომი ადამიანის როლს თამაშობს, რაც გვაფიქრებს რომ ამ მაგალითში რეალიზებული ირონიის ერთ-ერთი სოციალური ფუნქცია უნდა იყოს სოციალური სტატუსის ამაღლების დემონსტრირება (ეს არცაა გასაკვირი, რადგან მეგობრები ჯოუის იცნობენ, როგორც ძალიან ბავშვურ და გულუბრყვილო ტიპაჟს, რომლის ერუდირებისა და სოციალური უნარ-ჩვევების დონე საშუალოზე ოდნავ მაღალია). ირონიის ფორმულირება, რომელსაც ჩენდლერი ირჩევს ასევე ატარებს ემოციური კონტროლის სოციალურ ფუნქციას, ხოლო პრაგმატიკულად ვლინდება ირონიული შეფასების სახით. მისი ხმის ტონი გაწონასწორებული და თანაბარია, მდებარეობს დაბალ რეგისტრში, რომელსაც ფონაგი უწოდებს „გულ-მკერდის ხმას“ (Fónagy,1971). წინადადება სრულიად ნაზალიზებულია, რითმი შენელებული, მარცვლების წარმოთქმის მანერა დაგრძელებული, გაზვიადებული, ერთი ფრაზაც (ტელეფონის ნომერი) გამოკვეთილი. მიმიკა: ფრაზის ბოლოში ტუჩის ერთი კუთხე იწევს, შუბლი შეკრულია, მზერა დაჟინებული, ცხვირთან ჩანს ნაოჭები, რითაც ხასიათდება ზიზღის და დაცინვის მიკრო ემოცია.

When you've never dealt with real life issues



When you've never dealt with real life issues



ჩენდლერის მიერ გამოთქმული ირონია მის მზერაში, ხმასა და კონტექსტში ვლინდება. თავად ვერბალური გამოვლინება ფრაზისა „ეს ჩვენი ტელეფონის ნომერია“ არ გულისხმობს ნათქვამის საპირისპიროს, მეტიც, პირდაპირი მნიშვნელობითაა გამოყენებული. საერთო ფონური ცოდნის ხარჯზე, რაც არის ის, რომ ჯოჯი შემჩნეულია გულუბრყვილო და ზოგჯერ არაადეკვატურ ქცევებში და ეს ორივე მეგობარმა ძალიან კარგად იცის წარმოადგენს ჩენდლერის ირონიის საბაბს. აქედან გამომდინარე ჯოჯი ბოლოში ცალყბად იცინის, იცის რა, რომ მორიგ სულელურ სიტუაციაში ჩაიგდო თავი.

სიტუაციას ამძაფრებს რილის ავტორის მიერ მიწერილი შენიშვნა: „როდესაც არასოდეს მოგიგვარებია რეალური ცხოვრებისეული პრობლემა“. ეს რაღა თქმა უნდა ჯოჯის ეხება, ისევე როგორც ნებისმიერ ადამიანს, ვინც მსგავს სიტუაციაში ოდესმე ჩავარდნილა.

ინსტაგრამზე აღნიშნულმა მაგალითმა მოაგროვა 5475 მოწონება და 12 კომენტარი. კომენტარებს შორის ვხვდებით ემოჯების სხვადასხვა კომბინაციას. მაგალითად ერთ-ერთი შედგება შემდეგი ემოჯებისგან: „🤔 🤔 😊 🤔“, მაიმუნის ორი გამოსახულება შინაარსობრივად კავშირშია სამი მაიმუნის „არ მესმის, არ ვხედავ, არ ვსაუბრობ“ კომბინაციასთან, რომელიც არის სიმშვიდისა და ტოლერანტობის სიმბოლო. ამით კომენტარის ავტორი ხაზს უსვამს ჩენდლერის ოლიმპიურ სიმშვიდეს ჯოჯის არაადეკვატურ რეაქციაზე, რომელმაც გადასახადის ოდენობად საკუთარი ტელეფონის ნომერი მიიჩნია. კომბინაციაში ასევე ვხვდავთ „ზეიმისა“ და „თვალის ჩაკვრის“ ემოჯის (რომელიც იდენტიფიცირებულია როგორც ირონიის ციფრული სიმბოლო) რაც აღნიშნავს იმას, რომ რილის მნახველმა სწორად გაშიფრა ირონია და შექმნილი სასაცილო სიტუაცია. გრძელ სიტყვიერ კომენტარებში ვხვდებით: „ჩენდლერი ყოველთვის მოთმინებით ეკიდება მას ❤️“, „და მაინც, ისინი ყველაზე კარგად უგებდნენ ერთმანეთს“.

კომენტარებში ვხვდებით დადებით ნიშანს, რაც ნიშნავს იმას, რომ აუდიტორიამ სწორად აღიქვა ირონია.

მაგალითი 2.<sup>59 60</sup>

**Ross to Joe:** Why don't you set us up?

**Rachel:** Oh, you are setting Ross up with someone? Does she have a wedding dress?

**Comment 1.** Din't we first meet Rachel in a wedding dress? She can't talk

**Reply to comment 1:** True, Yes, she did.

**Comment 2.** 😂 😂 😂 😂 😂 😂



These two had the best roasting lines for each other



<sup>59</sup>[https://www.instagram.com/reel/C6Js1T3Pdlb/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/reel/C6Js1T3Pdlb/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)

<sup>60</sup> Ross to Joe: "გაგვაცანი ერთმანეთი"; Rachel: "უი როსს უნდა გააცნო გოგო? საქორწილო კაბა აქვს?" (ავტორის თარგმანი)

სიტუაციის ფონი ის არის, რომ როსი თავისუფალია და ეძებს რომანტიულ პარტნიორს. მაგრამ ის შემჩნეულია ქორწინებაზე გადაწყვეტილების სწრაფად მიღებაში. როდესაც რეიჩელი იწყებს თავისი აზრის გამოთქმას, მას დასაწყისში აქვს ნეიტრალური გამომეტყველება, თამაშობს ბუნებრივობას, შემდეგ მის მიმიკაში, კერძოდ თვალის არეში ვხედავთ შევიწროვებას და ამით გამოწვეულ მიკრო ნაოჭებს, რაც დაცინვის მიკრო-გამომეტყველებაა. ის რეპლიკის პირველი ნაწილის ბოლოს გაკეთებულ პაუზას ემთხვევა. შემდეგ რეიჩელი აგრძელებს მეორე შეკითხვით (საქორწილო კაბა აქვს?), რომელიც, ფონური ცოდნის ხარჯზე, ვერბალური ირონიის-რიტორიკული შეკითხვის გამოხატულებაა. ყველამ ვინც იცის რეიჩელისა და როსის ისტორია (იცის თუ რაზე „კბენს“ რეიჩელი როსს), ფრაზის წაკითხვის შემთხვევაშიც მოახდენდა ირონიის დეკოდირებას. პრაგმატიკული თვალსაზრისით აღნიშნული წარმოადგენს რიტორიკულ ირონიულ შეკითხვის ფორმას. მაგრამ მასალის ფორმატიდან გამომდინარე ჩვენ შეგვიძლია აქ არ გავჩერდეთ და შევაფასოთ რეიჩელის ირონია მისი მიმიკითა და ხმის ტონით. მიმიკის შეფასებას განვახორციელებთ ფრაზის მეორე ნაწილის თანმდევი გამომეტყველების აღწერით: რეიჩელი სვამს რიტორიკულ ირონიულ შეკითხვას და ყავის ჭიქა მიაქვს პირთან. ამ შუალედში ჩვენ ვხედავთ თუ როგორ იჭმუნება მისი ცხვირი, რაც ირონიის თანმდევი ზიზღისა და ზემოდან ცქერის მიკროემოციაა. ტუჩები მჭიდროდ მოკუმულია და ერთი მხარე ოდნავ უფრო მაღლა ადის მეორესთან შედარებით. ხოლო რეიჩელის ხმა ნაზალიზებულია, საუბრის ტემპი და ხმის სიხშირე თანაბარი, ხოლო ინტონაცია - აღმავალი. უფრო მეტად ისმის „თავის ხმა“ ვიდრე გულ-მკერდის. ამის მიზეზი უნდა იყოს ის, რომ ორივე წინადადებას შეკითხვის ფორმა აქვს და რეიჩელი აზრს გადაჭარბებული, მოჩვენებითად ძალდაუტანელი, ვითომ ბუნებრივი მანერით წარმოთქვამს. როსმა მშვენივრად იცის, რასაც გულისხმობს რეიჩელი, ამიტომაც ვხედავთ ბოლოში მის უკმაყოფილო სახეს. აქ გამოხატული ირონიის სოციალური ფუნქციაა სტატუსის ამაღლება ემოციური კონტროლის ფონზე.

კომენტარებში ვხედავთ დადებით ნიშანს. რილის მნახველებმა მასში რეალიზებული ირონიის იდენტიფიცირება მოახდინეს, ვინაიდან ვხვდებით უამრავ ღიმილისა და სიცილის ემოჯებს, რაც ასევე მიუთითებს საერთო ფონური ცოდნის

მნიშვნელობაზე. ანუ, გამომწერს ეპიზოდი ნანახი უნდა ჰქონდეს, რომ მიხვდეს რეიჩელის ირონიას როსის კომიკურ მდგომარეობასთან დაკავშირებით.

**მაგალითი 3.**<sup>61 62</sup>

**Candler:** You're turning into a woman!

**Joe:** No, Im not! Why would you say that, that's just mean?

**Chandler:** Now I've upset you? what did I say?

**Joe:** Not what you said, it's just the way you said it... oh my god! I'm a woman!

ეს მაგალითი განსაკუთრებით საინტერესოა, რადგან დიალოგის ფარგლებში ერთი პერსონაჟი გადმოსცემს კვლევისთვის ოთხ საინტერესო მდგომარეობას: 1. სარკაზმი (ბრაზითა და აგრესიით გამოხატული) 2. თვითრეგულაცია, საკუთარი თავის დამშვიდება, 3. ირონია და 4. შვება. აღნიშნული ფაქტორის დეტალურად გარჩევის მიზნით, გავყვებით ჩენდლერის რეაქციებსა და რეპლიკებს.

სიტუაციის ქვეტექსტი შემდეგია: ჯოუი და ჩენდლერი გადაწყვეტენ ერთ ბინაში ცხოვრებას. გარკვეული დროის შემდეგ ჩენდლერი ატყობს, რომ ჯოუიმ უნებურად ქალის როლი მოირგო ყოველდღიურ ცხოვრებაში, რაც ამ კონკრეტულ სიტუაციაში გამოიხატება იმით, რომ ჯოუის მოაქვს ცოცხალი ყვავილები და აწყობს ლარნაკში. ამაზე ჩენდლერი ხმამაღალი, შეწუხებული ტონით ეუბნება: „ნელ-ნელა ქალად იქეცი!“. აქ დროებით შევჩერდეთ და შევაფასოთ ჩენდლერის ირონიის ვერბალურ-პარალინგვისტური გამოვლინება: 1. ვერბალური თვალსაზრისით, ჟღერს ჯოუის სახეზე შეტევა, ჩენდლერი მის სახეს (მამაკაცურ იმიჯს) არღვევს, როდესაც ეუბნება, რომ ქალად იქცა. მისი ხმის

---

<sup>61</sup> [https://www.instagram.com/reel/C7CjdH5PCTo/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/reel/C7CjdH5PCTo/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)

<sup>62</sup> **Candler:** You're turning into a woman! ჩენდლერი: ქალად იქეცი!; **Joe:** არაფერიც! ასე უხეშად რატომ მელაპარაკები?; **Chandler:** აჰა, ახლა ესე იგი გაწყენინე...რატომ, რა ვთქვი?; **Joe:** რა თქვი მაგას არ აქვს მნიშვნელობა, აი როგორი მანერით თქვი...ღმერთო ჩემო! ქალად ვიქეცი! (ავტორის თარგმანი)

ტონალობა მაღალია, ენერგია ხშირი, ტემპი სწრაფი; ხოლო მიმიკა- ბრაზის გამომხატველი: ვხედავთ თვალების ბრიალს და კბილებს, წარბები ზემოთ-ქვემოთ მოძრაობს, დასტურის სახით ჩენდლერი თავს ინტენსიურად აქნევს. ფრაზის ბოლოში კი ჩენდლერს წარბშეკრულს ვხედავთ, რაც ბრაზის მაკროემოციაა. მოკლედ რომ აღვწეროთ: ჩენდლერის ხმის ტონი გამკვივანია, იგრძნობა ხორხში შეკუმშვა, რაც მისი ხმისთვისაა დამახასიათებელი. გამოთქმის ენერგია საკმაოდ ინტენსიურია და დინამიური, ტემპი სწრაფი.

The slow realisation >



The slow realisation >



ჯოჯი ჯერ ვერ ხვდება რაზე მოუთითებს ჩენდლერი და მშვიდად პასუხობს: „არაფერიც! ასე უხეშად რატომ მელაპარაკები?“. ის გამოხატავს წყენას, ისევ ძალიან ფემინურად. რასაც ჩენდლერი გადაჰყავს თვითრეგულირების მდგომარეობაში, რადგან თავდაპირველი აგრესიული შეტევის შემდეგ ის ხვდება, რომ ვერ მიიტანა ჯოჯიმდე თავისი სათქმელი და ხედავს დამშვიდების აუცილებლობას:



ემოციური კონტროლის მოპოვების შემდეგ ჩენდლერი აგრძელებს: „აჰა, ახლა ესე იგი გაწყენინე...რატომ, რა ვთქვი?“. მაგრამ მისი ეს რეპლიკა განსაკუთრებით საინტერესოა, რადგან აქ ჩენდლერი თითქოს ირგებს (ანუ თამაშობს) ე.წ. „ქმრის“ როლს, (ჰიპოთეტურად როგორც მოიქცეოდა მამაკაცი ცოლ-ქმრულ ურთიერთობაში კონფლიქტის დროს). მისი ხმის ტონი გადაინაცვლებს დაბალ რეგისტრში, ხმა მოდის გულ-მკერდიდან. რითმი თანაბარი, ხოლო ტემპი მშვიდია. ჯოჯოხეთი იწყებს ახსნას და პროცესში ნელ-ნელა ხვდება, რომ მისი ბუნებისთვის (ის მექალთანე და ძალიან მამაკაცური პერსონაჟია სიტკომში) უჩვეულო მანერით საუბრობს და არაადეკვატურად იქცევა. ამის შემდეგ კი ვხედავთ მის თავზარდაცემულ გამომეტყველებას და ნათელი ხდება, რომ მან, ბოლოს და ბოლოს, გააცნობიერა თუ რაზე მიუთითებდა ჩენდლერი. ბოლოს ვხედავთ ჩენდლერის ხელის აწევით გამოხატულ შვებას.

აღნიშნულიდან გამომდინარე, ჩენდლერის პირველი რეპლიკა სარკასტული ირონიის მაგალითია, ხოლო მეორე არის ირონიულ-რიტორიკული შეკითხვა. რაც შეეხება ირონიის სოციალურ ფუნქციას, ვხედავთ შემდეგ მაგალითებს: აგრესია, ემოციური კონტროლი და სტატუსის ამაღლება.

## 2. „შუა ქალაქში“

### მაგალითი 4.<sup>63</sup>

**ანანო:** მუმიფუს მოძღვრებაში იცი რა წერია? რომ „დადებითი ენერგეტიკის მართვა ნებისმიერი მიმართულებით შეიძლება“.

**თამარი:** და იუზას მოძღვრებაში იცი რა წერია? „ვინც ბევრს ტლიკინებს გააჩუმეო“, ხო.

**კომენტარი 1.** იუზამ გაიმარჯვა

**კომენტარი 2.** მუმიფუ ვინ არი, იუზა ნამდვილი მოძღვარია

---

<sup>63</sup> [https://www.instagram.com/p/B9Tr4z9HHP0/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/p/B9Tr4z9HHP0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)

სიტუაცია მიმდინარეობს რესტორანში, სადაც ანანოს სურს გამოავლინოს, თუ როგორი განსწავლულია და აზრს ამთავრებს ერთ-ერთი მოძღვრებიდან ფრთიანი გამონათქვამით „დადებითი ენერგეტიკის მართვა ნებისმიერი მიმართულებით შეიძლება“, რაზეც თამარი ღიზიანდება და უხვედრებს ირონიულ პასუხს, რომელსაც აძლევს ანანოს გამონათქვამის მსგავს ვერბალურ მახასიათებლებს, ხოლო ავტორად ასახელებს თავის ბიძიას, იუზას (სიტკომში ნათლად ჩანს, რომ დები ღლონტები ხშირად ციტირებენ და ძალიან დიდ პატივს სცემენ მას). ირონია ვლინდება თვითონ გამონათქვამის ვერბალურ ფორმაში, რადგან ზოგადად არ არსებობს „იუზას მოძღვრება“ , მაგრამ არსებობს იუზას მოძღვრება ქეთევანისა და თამარის აღქმაში. თამარი ამით აკნინებს მუმფუს მნიშვნელობას ანანოს თვალში, თუმცა მისი ირონია სინამდვილეში ანანოს სახის წინააღმდეგაა მიმართული. თამარის ნამდვილი სათქმელი ანანოს მიმართ არის: „ჯობია გაჩუმდე, რადგან ბევრ სისულელეს ამბობ“. ბევრი ლაპარაკის შესატყვისი ტერმინი აღნიშნულ დიალოგში არის „ტლიკინი“. აზრის გამოხატვის ამ ფორმას მხოლოდ უშუალო გარემოში ვიყენებთ ან მაშინ, როდესაც გვინდა „თავისი ადგილი მივუჩინოთ“ ადამიანს, ჭკუა ვასწავლოთ. ამრიგად, თამარი იყენებს ირონიას, სტატუსის ამაღლების სოციალური ფუნქციით. პრაგმატიკული ასპექტის თვალსაზრისით, ეს მაგალითი წარმოადგენს ირონიულ ციტირებას.

თამარის მიმიკას რაც შეეხება, ხშირია წარბების აზიდვა და ზემოთ-ქვემოთ თამაში. ანუ, მას საკმაოდ მოძრავი მიმიკა აქვს იმ მომენტში როდესაც გამოთქვამს ირონიულ ფრაზას. ასევე ვხედავთ ტუჩის ერთი კუთხის აზიდვას საუბრის დროს და ცხვირთან „ზიზღის“ მიკროემოციას.



რაც შეეხება აუდიო პარალინგვისტიკას, გვესმის თანაბარი, გულ-მკერდიდან წამოსული ხმა, დაბალ ტონალობაში. სიტყვების არტიკულაცია დანაწევრებულია, ცალკეული სიტყვა კი გამოკვეთით ნათქვამი. აღნიშნული გამოვლინება ირონიის მიმიკურ და აუდიალურ კოდს ესადაგება.

საინტერესოა რილზე დატოვებული კომენტარები, რომლის ავტორებიც აგრძელებენ თამარის მიერ გამოხატულ ირონიას. ეს კომენტარებია: 1. „იუზამ გაიმარჯვა“, 2. „მუმფუ ვინ არი, იუზა ნამდვილი მოძღვარია“. პოსტმა ააგროვა 986 მოწონება და 16 კომენტარი. ემოჯებში გვხვდება შემდეგი სიმბოლოები: ♥, 😊, 🙌.

#### მაგალითი 5. <sup>64</sup>

**ირაკლი:** არ გაბედო, თავი არ მომჭრა საქვეყნოდ და ტაქსით არ წახვიდე მეჯლისზე!

**დათო:** აბა?

**ირაკლი:** ეტლით! ეტლით წადი! ოღონდ 12 საათამდე გამოიქეცი სანამ „კოსტუმად“ გადაიქცევი! (სიცილი)

“კოსტუმა“, მეგობრების წრეში გავრცელებული დათოს ზედმეტი სახელია, რომელიც მას ირაკლიმ შეარქვა. ის ხშირად ჟღერდება სიტკომში და ეს ეპიზოდიც, საიდანაც რილი არის ამოჭრილი, სწორედ ერთ-ერთ ასეთ მომენტს ასახავს. საქმე ის არის,

<sup>64</sup> [https://www.instagram.com/p/ClaM9OHHPdf/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/p/ClaM9OHHPdf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)

რომ დათოს, რომელსაც ნორმალური შემოსავალი არ აქვს და ბევრი წელია მარიკასა და ირაკლის სახლში ცხოვრობს, მეჯლისზე უწევს წასვლა ბრიტანეთის საელჩოში. ირაკლი, რომელსაც სინდისი და მორალი არ აძლევს ცოლის ნათესავის სახლიდან გაგდების უფლებას, საკუთარ პროტესტს მის მიმართ მეგობრული ხუმრობით (emphatic banter) გამოხატავს. აღნიშნული მეგობრულ-ირონიული შეხუმრების დინამიკა დათოსა და ირაკლის შორის სიტკომის ყველა ეპიზოდს გასდევს. მოცემულ დიალოგში ირაკლი ჩვეულ ამპლუაშია- ის რჩევას აძლევს დათოს მეჯლისთან დაკავშირებით. ირონია გამოიხატება ფრაზაში, როცა სიტყვა მეჯლისის გაგონებაზე ირაკლი ტაქსის ნაცვლად ეტლით წასვლას ურჩევს დათოს. ირონიის პრაგმატიკული როლი გამოხატულია ირონიული შეთავაზებით და ჰიპერბოლის გამოყენებით: მეჯლისი-ეტლი. უფრო მეტიც, სიტყვა „ეტლს“ ირაკლი ორჯერ, გამოკვეთილი ინტონაციითა და მანერით იმეორებს. ვერბალური ირონია გრძელდებაა წინადადების მეორე ნაწილში, სადაც ირაკლი მოუწოდებს დათოს აუცილებლად 12 საათამდე წამოვიდეს მეჯლისიდან რომ „კოსტუმად“ (დათოს ზედმეტი სახელი) არ გადაიქცეს. აქ გვესმის „კონკიას“ ზღაპართან ალუზია. ირაკლი სინამდვილეში გადაკრულად მიუნიშნებს დათოს, რომ მისი ადგილი იქ არ არის და რომ ადამიანები მის ნამდვილ სახეს დაინახავენ (სხვების ხარჯზე ცხოვრების მოყვარული უსაქმური) დროულად თუ არ დატოვებს მეჯლისის ტერიტორიას.

ირაკლის ხმა და მიმიკა რეპლიკის გამოთქმის დროს არის „თვალთმაქცური“-ირაკლი როლს თამაშობს. ეს არის ის, რასაც კრეუზი და რობერტსი (Kreuz & Roberts, 1993) უწოდებს ძლიერ ემფატურ კარიკატურას, ხოლო ანოლი და კოლეგები (Anolli et al., 2000,) თვალთმაქცურ, „ნასწავლ“ მოქმედებას. მიმიკაში ვხედავთ დაჟინებულ მზერას, კულმინაციურ მომენტში კი წარბების აზიდვას, ასევე ირონიისათვის დამახასიათებელ ტუჩის ერთ-ერთი კუთხის აწევას. საინტერესოა ირაკლის სხეულის ენაც ამ დიალოგში. მთელი რეპლიკის მანძილზე საუბრის პარალელურად ის იქნევს საჩვენებელ თითს, რაც ჭკუის დარიგების სიმბოლოა. ამით ირაკლი ავლენს დომინანტობას- მას მიაჩნია, რომ დათოზე მაღლა დგას, რაც გვაფიქრებინებს, რომ ირონიის სოცილური ფუნქცია აქ სტატუსის ამაღლება უნდა იყოს.



რაც შეეხება აუდიო პარალინგვისტიკას, ირაკლის საუბრის მანერა ხასიათდება თანაბარი, მკვეთრი არტიკულაციით და საკვანძო სიტყვების ხელოვნურად გამოკვეთით. გვესმის გულ-მკერდის ხმა, რაც დამახასიათებელია ირონიისთვის.

ირაკლის ირონია ხუმრობის ხასიათს ატარებს, რაც მიუთითებს იმაზე, რომ სტატუსის ამაღლების გარდა ამ მაგალითში გამოხატული ირონიის სოციალური ფუნქცია იუმორის გამოვლენაა.

ციფრული პარალინგვისტიკა კომენტარებში ავლენს დადებით ნიშანს. საერთო ფონური ცოდნის ხარჯზე აუდიტორია ახერხებს აქ გატარებული ირონიის დეკოდირებას, რაც გამოიხატება გულის, სიცილისა და ტაშის ემოჯებით. რილმა საერთო ჯამში დააგროვა 916 მოწონება.

#### მაგალითი 6.<sup>65</sup>

**ქეთევანი:** ვახო, მარტო ბრძანდებით თუ ცოლ-შვილთან ერთად?

**ვახო:** კარგი რა ქეთევან, ჩემი გამჭირვებია... თამარი სადაა?

**ქეთევანი:** აჰა, თამარს ეძებთ? თამარი გნებავთ? ნიზნაიუ, ზნაიუ? ნიზნაიუ!

---

<sup>65</sup>[https://www.instagram.com/p/B9B3SEJHPYq/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/p/B9B3SEJHPYq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)

აღნიშნულ მაგალითში გავყვებით ქეთევანის რეპლიკებს, რადგან სწორედ აქ გვხვდება ირონიის მაგალითი, რომელიც მეორე წინადადებაში სარკასტულ ირონიად გადაიქცევა. ამიტომ აღნიშნულ მაგალითს 2 ეტაპად გავარჩევთ: 1., „მარტო ბრძანდებით 2. „აჰა, თამარს ეძებთ? თამარი გნებავთ? ნიზნაიუ, ზნაიუ? ნიზნაიუ!“.

პირველ რიგში, იმისთვის, რომ ამ მონაკვეთში ირონიისა და სარკასტული ირონიის იდენტიფიცირება მოვახდინოთ, საჭიროა შევხედოთ კონტექსტს. ვახოს, რომელსაც დები ღლონტებიდან უმცროსი, თამარი უყვარს, აღმოაჩნდა უკრაინელი ცოლ-შვილი რომელთა არსებობაზეც არავის ჰქონდა ინფორმაცია. სწორედ ამიტომ, როდესაც თამართან სასაუბროდ და შესარიგებლად მისულ ვახოს ქეთევანი უღებს კარს, ქეთევანი თვალთმაქცური ზრდილობით მოიკითხავს მის უეცრად გამოჩენილ ცოლ-შვილს. კერძოდ, ქეთევანი იცავს მოტყუებულ მდგომარეობაში ჩავარდნილ უმცროს დას და ირონიით თავს ესხმის ვახოს: „მარტო ბრძანდებით თუ ცოლ-შვილთან ერთად?“. ქეთევანის გამომეტყველება დიალოგის პირველ ნაწილში ექსპრესიულია. ვხედავთ დაჟინებულ მზერას, თვალების ელვარებას და ნათამაშევ სიმშვიდეს სახეზე, ხოლო წინადადების წარმოთქმის პროცესში ტუჩის ერთი კუთხე მიკრო მოძრაობით იწევს მაღლა. მისი ხმის ტემბრი დაბალ რეგისტრშია და მოდის გულ-მკერდიდან. ტემპი ნელი, თანაბარი, ხოლო არტიკულაცია- დანაწევრებული. ირონიული აზრის შემცველი სიტყვების ცალკეული მარცვლები კი განსაკუთრებული მახვილით გამოიყოფა. აქ გაჟღერებულია ირონიულ-რიტორიკული შეკითხვა, ხოლო მისი სოციალური ფუნქციაა ემოციის კონტროლი- თამარი ცდილობს საკუთარი სახე შეინარჩუნოს, გაბრაზების ღირსად არ ჩათვალოს ადამიანი, რომელმაც მის დას გული ატკინა.



დიალოგის მეორე ნაწილში კი ჟღერს სარკასტული ირონია. ის ვლინდება როგორც ვერბალურ ნაწილში, ასევე პარალინგვისტიკაში. კერძოდ, მას შემდეგ, რაც ქეთევანის ირონიულ შეკითხვას შერცხვენილმა და საგონებელში ჩავარდნილმა ვახომ უპასუხა ჩემი გამჭირვებიაო, და იკითხა თამარი სად იყო, ქეთევანი პასუხობს მას თავისი სავიზიტო ფრაზით „არ ვიცი, ვიცი?! არ ვიცი! მაგრამ ამ შემთხვევაში არა ქართულად, არამედ რუსულად, რაც ამჟღავნებს მის სარკაზმს, თუ გავითვალისწინებთ ვახოს უეცრად გამოჩენილი ცოლ-შვილის ეროვნებას!

საინტერესოა, თუ როგორ იცვლება თამარის ხმა და მიმიკა ბოლო ფრაზაში. მისი ხმა დაბალი რეგისტრიდან ადის მაღლა; გვესმის ზედა რეგისტრის წვრილი, გამკვივანი ხმა. თუმცა ქეთევანი აქ არ ყვირის, რადგან ისევ ცდილობს არ გამოვიდეს წყობიდან. მის სახეზე ვხედავთ ზიზღის მიკროემოციას, რაც ცხვირის ნაოჭების გაჩენით დასტურდება; ჩანს ზედა კბილები, რაც ბრაზის ნიშანია; თვალები ელავს ხოლო წარბები აზიდულია მაღლა, კისრის არეში კი ჩანს დაძაბულობა (რაც ბრაზის ნიშანია).



კომენტარებში აუდიტორია განსაკუთრებულ ყურადღებას აქცევს სწორედ „ნიზნაიუ! ზნაიუ? ნიზნაიუ!“ ფრაზას. აქ ასევე ვხედავთ ირონიის გაგრძელებას შემდეგი წინადადებით: „როდესაც ქრამთან შესარიგებლად მოხვედი და კარს მისი დაქალი გიღებს“. ემოჯებში ვხედავთ უამრავი სიცილის, გულისა და ტაშის შემოკვრის სიმბოლოებს. კომენტარებში დასტურდება დადებითი ნიშანი, რაც გულისხმობს იმას,

რომ ფონური ცოდნის საფუძველზე აუდიტორიამ მოახერხა ამ მაგალითში გატარებული ირონიის დეკოდირება.

### **3.8. ინსტაგრამ-რილის კვლევის შედეგები**

წინამდებარე ქვეთავში ჩვენი ძირითადი მიზანი იყო დავკვირვებოდით აუდიო-პარალინგვისტური ნიშნების გამოვლინებასა და მის როლს ირონიის დეკოდირების პროცესში, ვინაიდან მოცემულ თავში წარმოდგენილი საკვლევი მასალა (ვიდეო) ამის საშუალებას იძლეოდა წინა თავებში განხილული მასალების ფორმატიგან განსხვავებით (ვერბალური, ფოტო).

ინსტაგრამის რილების კვლევამ დაადასტურა, რომ ირონიის აუდიო-კოდი არის „გულ-მკერდის ხმა“, ახასიათებს დაბალი ტონალობა და ხმაში ხრინწი (Fónagy, 1971). წინადადებები შეიძლება იყოს სრულად ან ნაწილობრივ ნაზალიზებული, მეტყველების ტემპი შედარებით შენელებულია, ხოლო ერთი ან რამდენიმე სიტყვა განსაკუთრებულად გამოკვეთილი. მარცვლების წარმოთქმა ხასიათდება დაგრძელებითა და გაზვიადებული ინტონაციით (Cutler, 1974). ირონიული გამომეტყველება კი ხშირად გადმოიცემა დახურულ პირს და ტუჩის ერთ კუთის მსუბუქად აწევით. შესაძლოა ცხვირთან გაჩნდეს ნაოჭები. წარბები ხშირად მოძრაობს ქვემოთ-ზემოთ ან უბრალოდ მაღლა იწევს. მზერა შეიძლება იყოს ნეიტრალური, შევიწროვებული ან დაჟინებული (Ekman and Friesen, 1986). ამის დასტურია მაგალითები: N1 (“Friends”, ჩენდლერის რეპლიკა), N2 („Friends“, რეიჩელის რეპლიკა), N 4 („შუა ქალაქში“, თამარის რეპლიკა), N5 („შუა ქალაქში“, ირაკლის რეპლიკა), N6 („შუა ქალაქში“, ქეთევანის რეპლიკა, მე-2 წინადადება).

ემპირიული მასალის კვლევის შედეგად ასევე დადასტურდა, რომ სარკასტული ირონიის აუდიო-კოდი გამოირჩევა მაღალი ტონალობით და მაღალი სიხშირის ენერგიით. ხმის ტემბრი არის ინტენსიური (Anolli et al., 2000, p. 300). შესაძლოა მოხდეს ხმის რეგისტრის ხშირი ცვლილება. სარკაზმი არის „თავში ასული ხმა“ (head voice), რომელიც ხორხში იკუმშება და გამოირჩევა გამჭოლი, მკვეთრი ინტონაციით (Haverkate, 1990). ვიზუალურად სარკასტულ ირონიას ახასიათებს ოდნავ შეღებული პირი, სადაც

ხშირად ჩანს ზედა კბილები. ცხვირთან, გვერდებზე ჩნდება ნაოჭები, თვალები კი ელავს და ღრმად ჩამჯდარია ბუდეებში, რაც ქმნის დაჟინებულ მზერას. წარბები ან კოპებად შეკრულია, ან მაღლა აწეული (Ekman & Friesen, 1986). ამის დასტურია შემდეგი მაგალითები: 3 („Friends“, ჩენდლერის რეპლიკა, 1-ლი ნაწილი), 6 („შუა ქალაქში“, ქეთევანის რეპლიკა, მე-2 ნაწილი).

ირონიის პრაგმატიკის კვლევის შედეგად გამოვლინდა მისი შემდეგი ფორმების არსებობა: ირონიული შეძახილი, ირონიული შეფასება, რიტორიკული შეკითხვა, ირონიული შეთავაზება, სარკასტული ირონია, ირონიული ჰიპერბოლა.

რაც შეეხება ირონიის სოციალურ ფუნქციას, ჩვენს მიერ შერჩეულ მაგალითებში ყველაზე დიდი მაჩვენებლით გამოვლინდა ირონია სოციალური სტატუსის ამაღლების მიზნით; ასევე ირონია ემოციური კონტროლის ფორმით და იუმორი.

კვლევისთვის ასევე საინტერესო ფაქტორს წარმოადგენდა „შუა ქალაქში“ და „Friends“-ის საჯარო ინსტაგრამ გვერდებზე დატოვებული კომენტარები. გამომწერებმა სწორად აღიქვეს ირონია, ზიარი ფონური ცოდნისა და შემაერთებელი კონტენტის საშუალებით; ხოლო მათი რეაქცია სიცილითა და მხიარულების გამომხატველი სხვა ემოჯებითა და ვერბალური ფორმებით გამოვლინდა. ეს თავის მხრივ იმის ნიშანია, რომ თავად ინსტაგრამ გვერდებზე ატვირთული ირონიული ვიდეო-ამონარიდები იუმორის გაზიარების ფუნქციას ატარებს. ეს თანაბრად ითქმის როგორც ქართული, ასევე ინგლისური სიტკომის სოციალურ გვერდებზე.

### ***3.9. სამივე სახის კვლევითი კომპონენტის შედეგების შეჯამება და დასკვნა.***

#### **3.9.1. ირონიის ნაირსახეობათა რაოდენობრივი გამოვლინება.**

აღნიშნულ ქვეთავში ვიკვლევთ, ირონიული ფორმების რომელი ნაირსახეობა გამოვლინდა სოციალურ ქსელში და როგორია მისი რაოდენობრივი მაჩვენებელი ქართული და ინგლისურენოვან მაგალითებში.

პირველი კატეგორიის ემპირიული მასალის (ფეისბუქის ინგლისური და ქართულენოვანი ვერბალური სტატუსები და მათზე დატოვებული კომენტარები) კვლევის დროს დაფიქსირდა : 4 ქართული და 2 ინგლისური მაგალითი თვითირონიის (1,6,7,9,10,11); 1 ქართული და 2 ინგლისური მაგალითი სარკასტული ირონიის (2,3,14); ირონიული ქების თითო მაგალითი (1,16); 5 ქართული და 2 ინგლისური ირონიული თვალთმაქცობა (1,6,7,10,11,12,13); 4 ქართული და 5 ინგლისური ირონიული ჰიპერბოლა (1,2,4,5,7,8,9,10,11); ერთი ინგლისური ირონიული ლიტოტესი (3); 3 ქართული და 2 ინგლისური მეგობრული ხუმრობა (1,6,8,15,16), ერთი ქართული ირონიული ციტირება(15); 9) 2 ქართული და სამი ინგლისური ირონიული შეფასება (1,3,5,12,13); და 1 ქართული და 2 ინგლისური მაგალითი ირონიული შემახილის (7,8,9). საერთოდ არ დაფიქსირებულა რიტორიკული შეკითხვის, ირონიული შეთავაზების, სოკრატისეული ირონიის, დრამატული და ზედმეტად ზრდილობიანი თხოვნის შემცველი მაგალითები.

მეორე კატეგორიის ემპირიული მასალის კვლევამ (ინსტაგრამის ინგლისური ფოტო-ვერბალური პოსტები კომენტარებით) დაადასტურა ირონიის ფორმების არსებობის შემდეგი რაოდენობრივი მაჩვენებელი: თვითირონიის 7 მაგალითი (N 1,4,5,6,7,10,11); ირონიულის შემახილის 1 (N13), ირონიული შეთავაზების 1 (N 14), სარკასტული ირონიის 2 (N 1,2), ირონიული შეკითხვის 3 (N 2,3,5), ირონიული ჰიპერბოლისა 2 (N 12,13) და სიტუაციური ირონიის 14 (N 1-14) მაგალითი. განსაკუთრებული სიმრავლით გამოვლინდა სიტუაციური ირონიის ფორმა, რაც უთუოდ განპირობებულია ემპირიული მასალის შინაარსითა და დანიშნულებით.

მესამე კატეგორიის მასალის (ინგლისური და ქართული სიტკომის რილები კომენტარებით) კვლევამ გამოავლინა შემდეგი: ერთი ქართული ირონიული შემახილი(N4), ერთი ინგლისური ირონიული შეფასება (N1), 2 ქართული და ერთი ინგლისური რიტორიკული შეკითხვა (N2,3,6), 1 ქართული ირონიული შეთავაზება (N5),1 ქართული და 1 ინგლისური სარკასტული ირონია (N3,6),ერთი ქართული ირონიული ჰიპერბოლა (N5).

ფეისბუკის სტატუსების რაოდენობრივი კვლევიდან ჩანს, რომ თვითირონია, რომელიც სოციალური ქსელების კონტექსტში როგორც საკუთარი თავის მიმართ ირონიულ დამოკიდებულებას, ასევე კომიკურ თვითწარმოჩენას გულისხმობს, ქართულენოვან მაგალითებში უფრო მეტადაა წარმოდგენილი (4 შემთხვევა: N1,6,7,10), ვიდრე ინგლისურენოვან კონტექსტში (2 შემთხვევა: N9,11). აღნიშნული შესაძლოა იმით აიხსნას, რომ ქართული სოციალურ-კულტურული კონტექსტი მეტად ხელსაყრელია იუმორისტული თვითირონიისთვის, რადგან ის ხშირად თანმდევია არაფორმალური კომუნიკაციის. თვითირონიის მაღალი სიხშირე სოციალური ქსელების ფორმატში ერთგვარად ემსახურება თვითპრეზენტაციის აქტს, რადგან ირონიული ტონი ხშირად გამოიყენება როგორც თავდაცვითი მექანიზმი, ისე ჯგუფურ კომუნიკაციაში პიროვნული თვითგამოხატვის ერთ-ერთი ფორმა.

სარკასტული ირონია შედარებით დაბალი სიხშირით ფიქსირდება ქართულენოვან ფეისბუკ პოსტებში და უფრო ხშირია ინგლისურენოვან კონტექსტში. ეს განსხვავება შესაძლოა ენობრივ და კულტურულ თავისებურებებს უკავშირდებოდეს, რადგან ქართულ კონტექსტში სარკაზმი ხშირად აღიქმება როგორც აგრესიული კომუნიკაციის ფორმა, მაშინ როცა ინგლისურენოვან დისკურსში ის ხშირად ბუნებრივადაა ინტეგრირებული ყოველდღიურ საუბარში.

ირონიული ჰიპერბოლა, როგორც გაზვიადებული გამოსახვის საშუალება, ორივე ენაში თანაბარი სიხშირით ფიქსირდება. ამ სახის ირონია ხშირად გამოიყენება სოციალური ქსელების სივრცეში იუმორისტული დატვირთვის მქონე პოსტებში, განსაკუთრებით ისეთ კონტექსტებში, სადაც მომხმარებლები განზრახ აჭარბებენ მოცემულ რეალობას ან უპირისპირდებიან სტერეოტიპულ მოსაზრებებს.

კვლევის მეორე კატეგორიაში შესული ინსტაგრამის პოსტების ანალიზმა განსხვავებული შედეგები აჩვენა. ინსტაგრამის პლატფორმაზე, რომელიც ძირითადად ვიზუალურ კომუნიკაციას ეყრდნობა, ირონიის ნაირსახეობათა გამოვლინება განსხვავებულ სტრუქტურულ მოდელს ემყარება.

იოჰან დეკმანის ინსტაგრამ გვერდის ანალიზმა გამოავლინა, რომ აღნიშნულ პლატფორმაზე ირონიის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ფორმაა სიტუაციური ირონია, რომელიც განსხვავებული კონტექსტებისა და ვიზუალური სიმბოლიზმის დახმარებით იქმნება. ამ კატეგორიაში სიტუაციური ირონია ყველა მაგალითის შემთხვევაში დაფიქსირდა. ინსტაგრამზე ასევე იდენტიფიცირდა თვითირონიის 4 შემთხვევა, სარკასტული ირონიის 2, ირონიული შეკითხვის 3 და ირონიული შემახილის 1 მაგალითი. ეს შედეგი აჩვენებს, რომ ინსტაგრამზე ირონიის გამოხატვა უფრო მეტად ემყარება ნაგულისხმევ, არავერბალურ და ფაქიზ სტრატეგიებს, ვიდრე ვერბალურ ექსპლიციტურობას.

რაც შეეხება კვლევის მესამე კატეგორიას – სიტკომების რილების ანალიზს – აღმოჩნდა, რომ ამ ტიპის მედია კონტექსტში ირონია ხშირად ვლინდება დიალოგურ და აუდიო-მიმიკურ ფორმატებში. ამ კატეგორიაში აღმოჩნდა ირონიული ციტირების 1 ქართული მაგალითი(N4), ირონიული შეფასების 1 ინგლისური შემთხვევა (N1), რიტორიკული შეკითხვის 2 ინგლისური (N2,3) და 1 ქართული ნიმუში (N6), ირონიული შეთავაზების 1 ქართული მაგალითი(N5) და სარკასტული ირონიის 1 ქართული (N6) და 1 ინგლისური (N3) გამოვლინება.

### **3.9.2. დასკვნები ზიარი ფონური ცოდნის მნიშვნელობის საკითხზე ირონიის დეკოდირების პროცესში.**

ამ კვლევის მონაცემთა ანალიზმა აჩვენა, რომ ფეისბუკზე ფონური ცოდნის არსებობა ან არარსებობა გავლენას ახდენს ირონიისა და სარკაზმის აღქმის სიზუსტესა და ინტერპრეტაციულ ვარიანტულობაზე. თუ კომუნიკანტებს შორის არსებობს ზიარი (განსაკუთრებით სოციალური, პოლიტიკური ან კულტურული) ცოდნა, მაშინ ირონიისა და სარკასტული ირონიის სწორად დეკოდირების შანსი იზრდება, ხოლო ინტერპრეტაციული მერყეობის ალბათობა მცირდება. წინააღმდეგ შემთხვევაში, შესაძლოა ირონიული პოსტი აღქმული იქნას პირდაპირ მნიშვნელობაში, რაც ხშირ შემთხვევაში იწვევს დისკურსულ გაუგებრობას ან პოლემიკას.

ინსტაგრამის ფოტო-ვერბალური კონტექსტი ხშირად ქმნის დისონანსურ კავშირს ტექსტსა და გამოსახულებას შორის, რაც მნახველს სთავაზობს ირონიულ მინიშნებებს, თუმცა თუ მომხმარებელი არ ფლობს საკმარის სოციალურ ან კულტურულ ცოდნას მოცემული კონტექსტის შესახებ, მაშინ მისი დეკოდირების პროცესი მნიშვნელოვნად რთულდება.

ინსტაგრამის რილებში არსებული ვიდეომასალები, რომლებიც სიტკომების (*Friends* და *შუა ქალაქში*) ფრაგმენტებს მოიცავს, ცხადყოფს, რომ ირონიის სწორად გაგება პირდაპირ კავშირშია მომხმარებლის გამოცდილებასა და ინტელექტუალურ მზაობასთან არა მხოლოდ ლინგვისტური კოდის, არამედ ნარატიული სტრუქტურისა და აუდიომიმიკური კოდის მიმართ.

### **3.9.3. დასკვნები ირონიისა და სარკასტული ირონიის დამახასიათებელი აუდიო-მიმიკური კოდის თაობაზე.**

კვლევამ დაადასტურა, რომ ირონიისა და სარკასტული ირონიის აღქმის პროცესში მიმიკური კოდი ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი პარალინგვისტური ელემენტია, რომელიც განსაზღვრავს იმპლიციტურ მნიშვნელობებს კომუნიკაციაში. ადამიანის სახის გამომეტყველება, რომელიც ირონიულ განცხადებას ახლავს, ქმნის დამატებით კონტექსტს, რაც მომხმარებლებს აძლევს შესაძლებლობას სწორად და ზუსტად გაშიფროს კომუნიკატორის მიერ გადმოცემული ქვეტექსტი.

სადისერტაციო ნაშრომში წარმოდგენილი აუდიო-მიმიკური კოდის სტრუქტურა ზედმიწევნით გამოვლინდა ემპირიული მასალის ვიდეოგრაფიულ ნიმუშებში და დაადასტურა ირონიისა და სარკასტული ირონიის აუდიო-ვიზუალური კოდის იდენტური გამოვლინება ორ კულტურაში.

### **3.9.4. შედეგების განხილვა. განსხვავდება თუ არა ირონიისა და სარკაზმის პარალინგვისტიკის გამოყენება ქართულ და ინგლისურ მაგალითებში.**

კვლევის მონაცემებმა აჩვენა, რომ ქართულ და ინგლისურენოვან დისკურსებში ირონიისა და სარკასტული ირონიის აუდიო-ვიზუალური კოდის გამოვლინება მსგავსია; თუმცა, შეიმჩნევა მცირედი სხვაობა პარალინგვისტიკური ნიშნების გამოყენების სიხშირის, დინამიკისა და სტილისტიკის კუთხით.

ინგლისურ და ქართულ მაგალითებში ირონიული ხმის ტონთვის ხშირად თანმდევია დაბალი ტემბრით წარმოთქმული მონოტონური ფრაზები, ხოლო სარკასტული ინტონაცია უფრო მკვეთრია და მაღალი ტონალობით ხასიათდება. თუმცა, ქართულ მაგალითებში უფრო ხშირია ტექსტში გამოკვეთილი დინამიკური პარალინგვისტიკური ნიშნები, როგორცაა ხანგრძლივი პაუზები, ჩასუნთქვის გაწელვა ან კონკრეტული სიტყვების მეტად ემოციური ან გაზვიადებული მანერით წარმოთქმა.

ეს შესაძლოა განპირობებული იყოს ქართულ და ინგლისურ კულტურებში ემოციების გამოხატვის ოდნავ განსხვავებული სტანდარტებით. ქართულ საზოგადოებაში უფრო მიღებულია გამომეტყველების მკვეთრი ცვლილება, ხელებით აქტიური ჟესტიკულაცია და შედარებით ხმამაღალი ტონით საუბარი, მაშინ როცა ინგლისურ კულტურაში კომუნიკაცია ხშირად უფრო თავშეკავებული, მინიშნებითი და თანაბარი ტონით მიმდინარეობს.

### **3.9.5. შედეგების დისკუსია ემპირიულ მასალაში ციფრული პარალინგვისტიკის გამოყენების საკითხზე.**

ციფრული პარალინგვისტიკა, რომელიც მოიცავს ემოჯებს, ემოტიკონების პუნქტუაციურ მანიპულაციებს, მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ირონიის დეკოდირების პროცესში სოციალურ ქსელებში. კვლევის შედეგების მიხედვით, ემოჯები ხშირად გამოიყენება ირონიის სიგნალიზაციისთვის, რათა მკითხველს დაეხმაროს ტექსტში იმპლიციტური ქვეტექსტის აღქმაში და თავიდან აიცილოს შესაძლო არასწორი ინტერპრეტაცია.

კვლევამ ცხადყო, რომ ირონიას სოციალურ ქსელში გამოხატავს შემდეგი სახით გამოყენებული ციფრული პარალინგვისტიკა:

- 😏 (სიცილის ემოჯი) – ერთის მხრივ ირონიული კომენტარის იუმორისტული ეფექტის გაძლიერებისთვის და მეორე მხრივ მსმენელის/მკითხველის მხრიდან ირონიის სწორად გაშიფრვის სადემონსტრაციოდ.

- 😬 (თვალი ჩაკვრა) და 😊 (ღიმილი) – ირონიული ქვეტექსტის მინიშნებისთვის.

- მაგალითები, რომლებშიც ვერბალურ ფორმულირებასა და ემოჯის სიმბოლოს შორის ფიქსირდება ბეტელისა და პანცერის მიერ აღწერილი შეუსაბამობა (Bettelli, Panzeri, 2023).

ამგვარად, ციფრული პარალინგვისტიკის კვლევა ცხადყოფს, რომ ემოჯები თანამედროვე ციფრული კომუნიკაციის განუყოფელი ნაწილია და მნიშვნელოვანი როლი აქვს ირონიული კონტექსტის სწორად აღქმაში, განსაკუთრებით მაშინ, როცა ტექსტი ინტონაციის, მიმიკისა და სხეულის ენის გარეშე გადმოიცემა.

### 3.9.6. შედეგების დისკუსია სოციალური ქსელების გამოყენების მოტივაციასა და ირონიის როლზე.

კვლევის შედეგად გამოიკვეთა, რომ ფეისბუკის სტატუსების კომენტარებში ავტორის მხრიდან აგრესიული წინააღმდეგობა იშვიათად გვხვდება, მაშინ როდესაც დადებითი ან ნეიტრალური კომენტარები მეტი რაოდენობით ფიქსირდება. ამის ერთ-ერთი მიზეზი ის უნდა იყოს, რომ კომენტარების ავტორები უმეტესწილად პოსტის ავტორის ფეისბუკის მეგობრები არიან, რაც უკვე გარკვეულ დისკურსულ ჩარჩოს ქმნის.

ამასთან, განხილული თემატიკა (კოვიდ-პანდემიის კრიზისი) საერთო გამოცდილებასა და საერთო პრობლემებზე ფოკუსირდებოდა, რაც დისკუსიაში მონაწილე მომხმარებლებს გაერთიანების განცდას უქმნიდა. ასეთ დროს ადამიანები ძირითადად თავიანთ პირად მდგომარეობას თვითირონიული ტონით განიხილავდნენ ან პანდემიის დისკომფორტს აკრიტიკებდნენ, რაც კრიტიკის სამიზნედ მთავრობას, ჯანდაცვის მსოფლიო ორგანიზაციას და ზოგადად სოციალურ მდგომარეობას აქცევდა.

აქედან გამომდინარე, სტატუსებსა და კომენტარებში ირონიამ ერთგვარი შემაკვევშირებელი ფუნქცია შეასრულა, რაც საერთო კრიზისულ ვითარებაში ინდივიდებს

შორის სოლიდარობას უწყობდა ხელს. ამ მექანიზმის ანალიზი პირდაპირ კავშირშია სოციალურ ქსელებში იდენტიფიკაციისა და ჯგუფურობის პროცესთან, რადგან საერთო სიტუაციის ირონიული გადმოცემისას ადამიანები თავს არა დაპირისპირებულ, არამედ მსგავს პოზიციაში ხედავენ.

ინსტაგრამის კონტექსტში განსხვავებული ტენდენცია შეინიშნება. აქ მომხმარებლებს აერთიანებს გვერდის თემატიკა და ავტორის პიროვნება-მისი ხედვები. იოჰან დეკმანის ინსტაგრამ-პოსტების ანალიზმა ცხადყო, რომ მის გარშემო შეკრებილი აუდიტორია შედგება იმ ადამიანებისგან, რომლებიც დადებითად აფასებენ მის შემოქმედებას და მის იუმორისტულ-სატირულ ხედვას იზიარებენ.

სოციალურ ქსელებში მომხმარებლები ტენდენციურად ემხრობიან იმ გვერდებსა და პერსონებს, რომლებსაც მათი მსგავსი ღირებულებები გააჩნიათ. ამდენად, დეკმანის პოსტების მიმდევრები არა მხოლოდ მის კონტენტს აფასებენ, არამედ მის ნამუშევრებში წარმოდგენილ თვითირონიულ კონტექსტს აქტიურად იზიარებენ.

მისი პოსტების ერთ-ერთი მახასიათებელია ირონიული გამონათქვამების პირველ პირში ფორმულირება, რაც თვითირონიის ეფექტს ქმნის. როდესაც ავტორი თავად აყენებს საკუთარ თავს იმ მდგომარეობაში, რომელიც ფართო აუდიტორიისთვის ნაცნობია, ეს იწვევს ემპათიასა და სოლიდარობას. განსაკუთრებით მაშინ, თუ მოცემული პრობლემა ინტერკულტურული ხასიათისაა, იგი უფრო მეტად არის მიდრეკილი პოსტის შინაარსთან იდენტიფიცირებისკენ.

ამგვარად, დეკმანის სტრატეგია ორმაგ გავლენას ახდენს – იგი ირონიულად გადმოსცემს მნიშვნელოვან სოციალურ პრობლემებს, თუმცა ამავდროულად თავის აუდიტორიას თავს არ ახვევს საკუთარ შეფასებებს, რაც მის კომუნიკაციას უფრო ეფექტურს ხდის.

ინსტაგრამზე არსებული კიდევ ერთი ფორმა, რომელიც მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს მომხმარებელთა ემოციურ რეაქციებზე, არის პოპულარული სიტკომებიდან ამოღებული მოკლე ვიდეო-რილები.

სიტკომები, განსაკუთრებით ისეთი სატელევიზიო შოუები, როგორებიცაა „Friends“ (ამერიკულ კონტექსტში) და „შუა ქალაქში“ (ქართულ კონტექსტში), მრავალეპიზოდური სეზონების წლების განმავლობაში ქმნიან აუდიტორიის პერსონაჟებთან სიახლოვის განცდას, რაც ტრანსპორტაციის თეორიის ერთ-ერთ ასპექტად შეიძლება ჩაითვალოს. კერძოდ, როდესაც მომხმარებელი ინსტაგრამზე ხედავს მოკლე ვიდეოს თავისი საყვარელი სიტკომიდან, იგი დადებითად განეწყობა კონტენტის მიმართ, რადგან ეს მასში ნოსტალგიურ და პოზიტიურ ასოციაციებს იწვევს. ეს ხსნის იმ ფაქტს, თუ რატომ ჭარბობს რილების კომენტარებში ერთის მხრივ იუმორის გამომხატველი დადებითი რეაქციები სიცილისა და გულის ემოჯების სახით, ხოლო მეორე მხრივ რილში აღბეჭდილ პერსონაჟებზე მიმართული ირონია. უკანასკნელ შემთხვევაში იგი სერიალის განვითარებული დიალოგების პაროდიული გააზრებით იზადება.

რილების კომენტარებში, მედია მომხმარებელი მხოლოდ დამკვირვებლის როლშია, რადგან ირონია მიმართულია პერსონაჟებისკენ და არა მაყურებლისკენ. სწორედ ამიტომ, ამგვარ კონტენტში არ შეინიშნება აგრესია ან კონფლიქტური დისკუსიები, რადგან მისი მიზანია გართობა და ნაცნობი სცენარების განახლებული კონტექსტით აღქმა.

## დასკვნა

ნაშრომის კვლევის შედეგები ცხადყოფს, რომ ირონია სოციალურ ქსელებში მრავალმხრივ ფუნქციას ასრულებს, რომელიც მჭიდროდ უკავშირდება პლატფორმის სპეციფიკასა და მომხმარებელთა კომუნიკაციურ სტრატეგიებს. რაოდენობრივი კვლევის მონაცემებით, ირონიის ფორმები განსხვავებულად ვლინდება ქართულ და ინგლისურენოვან კონტექსტში.

თვითირონია ხშირად ფიქსირდება როგორც ინგლისურ, ისე ქართულ სოციალურ ქსელებში, რაც შეიძლება განპირობებული იყოს აღნიშნულ კულტურებში არაფორმალური კომუნიკაციისადმი მიდრეკილებით. ირონიული ჰიპერბოლა ორივე კულტურაში ფართოდ გავრცელებული სტრატეგიაა, რომელიც ხშირად გამოიყენება სოციალური სტერეოტიპებისა და იდეოლოგიური ჩარჩოების დასაპირისპირებლად.

ინსტაგრამ-რილების ანალიზმა აჩვენა, რომ ამ პლატფორმაზე ირონიის გამოხატვა უფრო ფაქიზი და არავერბალური სტრატეგიებით ხორციელდება, სადაც მნიშვნელოვანი როლი ენიჭება ირონიის აუდიო-ვიზუალური სიმბოლიზმის გამოყენებას.

იოჰან დეკმანის ინსტაგრამის კონტენტმა წარმოაჩინა, რომ ირონია არა მხოლოდ გასართობი ან გასაკიცხი, არამედ ცნობიერების ამაღლების ინსტრუმენტიცაა, რომლის სოციალური ფუნქციაც აქ დადებითი ცვლილების განხორციელებისკენ ემპათიურ მოწოდებას წარმოადგენს.

სიტკომებიდან ამოღებული ინსტაგრამ-რილების ანალიზმა აჩვენა, რომ ასეთ ვიდეოებში ირონია ძირითადად დიალოგური და აუდიო-მიმიკური საშუალებებით ვლინდება. ასეთ კონტექსტში მაცურებელი მხოლოდ დამკვირვებლის როლშია და კონტენტთან ემოციურად უფრო პოზიტიურადაა დაკავშირებული, რაც ხელს უწყობს პოპულარული კულტურის გავლენის გაძლიერებას სოციალურ ქსელებში.

ზიარი ფონური ცოდნის მნიშვნელობის საკითხზე კვლევამ დაადასტურა, რომ სოციალურ ქსელებში ირონიის ინტერპრეტაცია ხშირად დამოკიდებულია მომხმარებლების კულტურულ და სოციალურ ცოდნაზე. ფეისბუკის დისკურსში ზიარი ცოდნის არსებობა ამცირებს ინტერპრეტაციულ ვარიანტებს, ხოლო ინსტაგრამის ფოტო-ვერბალური პოსტები რთული გასააზრებელი აღმოჩნდა იმ მომხმარებლებისთვის, რომლებიც არ ფლობენ საკმარის ინფორმაციას ავტორის განზრახვის ამოსაცნობად.

ნაშრომში შემოთავაზებული ირონიისა და სარკასტული ირონიის აუდიო-მიმიკური კოდის მიხედვით მესამე კატეგორიის (რილები) ემპირიული მასალის ანალიზმა

დაადასტურა, რომ ეს პარალინგვისტიკური ნიშნები იდენტურად ვლინდება როგორც ინგლისურ ისე ქართულ მაგალითებში და ახასიათებს ის აუდიო-ვიზუალური გამოვლინება რომელიც ნაშრომში არის შემოთავაზებული.

ციფრული პარალინგვისტიკის გამოყენების ანალიზმა აჩვენა, რომ ემოჯები და ემოტიკონები მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ ირონიის დეკოდირების პროცესში. ქართულ და ინგლისურ სოციალურ ქსელებში ისინი ერთი მიზნითა და ფორმით გამოიყენება.

სოციალური ქსელების გამოყენების მოტივაციასთან დაკავშირებულმა ანალიზმა დაადასტურა, რომ ირონია მნიშვნელოვან როლს ასრულებს მომხმარებელთა იდენტიფიკაციისა და სოციალური შეკავშირების პროცესში. ფეისბუკზე ის კოლექტიური ერთიანობის განცდას აძლიერებს, ხოლო ინსტაგრამზე – მედია პერსონების გარშემო ერთგვარი „თაყვანისმცემელთა ჯგუფის“ ფორმირებას უწყობს ხელს.

ამრიგად, ირონია სოციალურ ქსელებში არამარტო კომუნიკაციის სტრატეგიაა, არამედ ძლიერი სოციალური და კულტურული მექანიზმი, რომელიც საზოგადოებრივი დისკურსის მართვას, ჯგუფური იდენტობის ფორმირებას და ციფრული კომუნიკაციის უნიკალური მახასიათებლების განსაზღვრას ემსახურება.

## გამოყენებული ლიტერატურა

1. რუსიეშვილი, მ., (2008) *იუმორის ვერბალური გამოხატვის რამდენიმე ლინგვისტური ხერხის შესახებ*. საენათმეცნიერო ძიებანი, XXVIII, გვ. 255-260
2. რუსიეშვილი, მ., (2011) *სარკაზმი როგორც გართობისა და 'სახის' რღვევის საშუალება (სატელევიზიო ვიქტორინა-შოუ „სუსტი რგოლის“ მაგალითზე)* საენათმეცნიერო ძიებანი, XXXIII, გვ.198-213.
3. ქენქაძე, ი., (2014) - ირონიის აღქმისა და დეკოდირების ფსიქოლონგვისტური და პრაგმატიკული პარამეტრები. უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი
4. Aguert M., (2022) *How to Look Ironic With Your Face and Your Voice (and Should You?)* <https://spsp.org/news-center/character-context-blog/aguert-irony-facial-expressions>
5. Anolli, L., Ciceri, R., & Infantino, Maria G.,(2002/2007), From "blame by praise" to "praise by blame": Analysis of vocal patterns in ironic communication, [International Journal of Psychology](#) 37(5):266-276, DOI: [10.1080/00207590244000106](https://doi.org/10.1080/00207590244000106)
6. Alba-Juez, L., (1995), *Irony and politeness*. Revista Espanyola de Linguistica Aplicada 10: 9–16
7. Austin, J. L. (1962). *How to Do Things with Words*. Oxford: Oxford University Press.
8. Attardo, S. (2000). *Irony as relevant inappropriateness*. Journal of Pragmatics 32: 793 – 826. Youngstown State University, Youngstown. [www.elsevier.nl/locate/pragma](http://www.elsevier.nl/locate/pragma)
9. Alexander, J. D., & Nygaard, L. C. (2008). *Reading voices and hearing text: Talker-specific auditory imagery in reading*. Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance, 34(2), 446.
10. Barbieri, F, Saggion, H., (2014). *Modelling irony in twitter*. In Shuly Wintner, Desmond Elliott, Konstantina Garoufi, Douwe Kiela & Ivan Vulić (eds.), Gothenburg: Association for Computational Linguistics. <https://aclanthology.org/E14-3007> (accessed 5 October 2023).

11. Baron, Naomi S. (2002). *Alphabet to email: How written English evolved and where it's heading*. London: Routledge
12. Baumeister, R .F., Tice, D.M. (1990) *Anxiety and social exclusion*. Journal of Social and Clinical Psychology. 9:165–195.
13. Baumeister, R.F., Leary, M.R.(1995) *The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation*. Psychological Bulletin. 117:497–529.  
[PubMed: 7777651]
14. Bettelli,G., Panzeri, F., (2023), *Irony is easy to understand. The role of emoji in irony detection* <https://doi.org/10.1515/ip-2023-5001>
15. Blackmore, S. (2023). Why do we get a mental picture when reading? BBC, Science Focus,  
<https://www.sciencefocus.com/the-human-body/why-do-we-get-a-mental-picture-when-reading>
16. Boyd, D., Ellison, N. (2008). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. Journal of Computer-Mediated Communication, 13, 210-230.  
<http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
17. Borbely, Antal F. (2008), *The Cambridge handbook of metaphor and thought*, Raymond Gibbs Jr. Cambridge university press, ISBN-13 978-0-511-43673-4
18. Brandtzaeg, P. B. (2009), *Why People Use Social Networking Sites*. Conference Paper DOI: 10.1007/978-3-642-02774-1\_16 · Source: DBLP
19. Brown, W., J. (2015) *Examining Four Processes of Audience Involvement With Media Personae: Transportation, Parasocial Interaction, Identification, and Worship*; ResearchGate DOI:10.1111/comt.12053
20. Brown, P., Levinson S. (1987) *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
21. Bryant, G. A. (2010). *Prosodic Contrasts in Ironic Speech*, Routledge; Mortimer House, 37- 41 Mortimer Street, London W1T 3JH, UK  
<http://dx.doi.org/10.1080/01638530903531972>

22. Burke, K., (1969). *A rhetoric of motives*. Berkeley, CA: University of California Press.
23. Clark, H. H., R. J. Gerrig. (1984). *On the pretense theory of irony*. Journal of Experimental Psychology: General 113(1): 121–26.
24. Clark, H. (1996). *Using language*. Cambridge, England: Cambridge University Press
25. Coates, L. J. (1991). *A collaborative theory of inversion: Irony in dialogue*. University of Victoria, Victoria, British Columbia, Canada.
26. Colebrook, C. (2004), *Irony, The New Critical Idiom.*, Routledge 11 New Fetter Lane, London EC4P4EE ISBN 9780415251341
27. Colston, H.,(2000). *Contrast and Assimilation in Verbal Irony*. ScienceDirect [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(02\)80008-X](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(02)80008-X)
28. Colston, H.L. (1997). *Salting a wound or sugaring a pill: The pragmatic functions of ironic criticism*. Discourse Processes 23: 25–5.
29. Contreras A. J., Castañeda L. L., Rubio A. M., Dahmen D. M. Luarte A. R., Retamal D. V., Pavez D. Y., Profesor Guía: Bustamante C. Z., A., (2011). *Comparative and Cross-cultural Study of Irony, Sarcasm and Stereotypes in North American, English, and Chilean Stand-up Comedies*, Santiago de Chile
30. Crystal, D. (2006). *Language and the internet*. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press.
31. Culpeper, J., (1996), *Towards anatomy of impoliteness*. Journal of pragmatics, DOI: 10.1016/0378-2166(95)00014-3
32. Culpeper J., (2008). *Reflections on impoliteness, relational work and power*, DOI: [10.1515/9783110208344.1.17](https://doi.org/10.1515/9783110208344.1.17)
33. Cutler, A. (1974). *On saying what you mean without meaning what you say*. In Papers from the tenth regional meeting of the Chicago Linguistic Society (pp. 117–127). Chicago: Department of Linguistics, University of Chicago.
34. Dauphin, V., (2000). *Sarcasm in relationships*. University of Pennsylvania.

35. Deci, E.L, Ryan, R.M. (2008). *Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health*. Canadian Psychology/Psychologie canadienne. 49:182–185.
36. Deci ,E.L, Ryan, R.M. (2000). *The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior*. Psychological Inquiry.11:227–268.
37. Delos-Reyes, R. (2018). *The functions of language in Facebook posting*. Asian EFL Journal 20(3):196-206,  
[https://www.researchgate.net/publication/324153668\\_The\\_functions\\_of\\_language\\_in\\_facebook\\_posting](https://www.researchgate.net/publication/324153668_The_functions_of_language_in_facebook_posting)
38. Deliensa, G., Antonioua, K., Clin, E., Ostashchenko, E., Kissine, M., (2018). *Context, facial expression and prosody in irony processing*. Journal of Memory and Language 99 (2018) 35–48
39. Derks, D., Daantje, Arjan E. R. Bos, Von Grumbkow.,J. (2008). *Emoticons and online message interpretation*. Social Science Computer Review 26(3). 379–388
40. Depaulo, B. M., Rosenthal, R., Eisenstat, R. H., Rogers, L., Finkelstein, S. (1978) *Decoding discrepant nonverbal cues*. Journal of Personality and Social Psychology, 36, 313-323.
41. Dews, S., & Winner, E. (1995). *Muting the meaning: A social function of irony*. Metaphor and Symbolic Activity, 10, 3–19.
42. Dews S., Kaplan J., & Winner, E. (2009). *Why Not Say It Directly? The Social Functions of Irony*. Discourse Processes, Volume 19, Issue 3, 347-367,  
DOI:10.1080/01638539509544922
43. Dresner, E., Herring, S., C. (2010). *Functions of the nonverbal in CMC: Emoticons and illocutionary force*. Communication Theory 20(3). 249–268.
44. Du, Y., He, H., Vhu, Z., (2024). *Cross-cultural Nuances in Sarcasm Comprehension; a Comparative Study of Chinese and Zmerican perspectives*; article is a part of a research, Sec. Cultural Psychology, Volume 15 <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1349002>

45. Dynel, M. (2023). *Irony and Humor*. In : Gibbs, Jr R.W., Colston H.L., eds. *The Cambridge Handbook of Irony and Thought*. Cambridge Handbooks in Psychology. Cambridge University Press; 237-254
46. Ekman, P., Friesen. W. V., Tompkins, S. S. (1971) *Facial affect scoring techniques: a first validity study*. *Journal of Communication*, 3, 37-58.
47. Ekman. P., Friesen, W. V. (1986) *A new pan-cultural facial expression of emotion*. *Motivation and Emotion*, 10, 159-168.
48. Fahlman, Scott E. (2021). *The birth, spread, and evolution of the smiley emoticon*. <http://www.cs.cmu.edu/~sef/Smiley>
49. Fabian, J. (2005). *Self-Irony and the Dialectic of Anthropological Knowledge*. In *Memory and Identity: The Humanities in the Age of Information* (pp. 81–96). Springer.
50. Fabian E. (2006) *Irony in self-Irony in psychotherapy*. ResearchGate [https://www.researchgate.net/publication/286833224 Irony and self-irony in psychotherapy-](https://www.researchgate.net/publication/286833224_Irony_and_self-irony_in_psychotherapy-)
51. Filik, R., Barber, E. (2011). *Inner speech during silent reading reflects the reader's regional accent*. *PLoS One*, 6, e25782. doi:10.1371/journal.pone.0025782
52. Fónagy, I. (1971). *The functions of vocal style*. In *Literary style*. A symposium (pp. 159–174). New York: Oxford University Press.
53. Garmendia, J. (2010). *Irony is critical*. *Pragmatics and Cognition* 18(2): 397–421.
54. Garmendia, J., (2018). *Irony. Key Topics in Semantics and Pragmatics*. University Printing House, Cambridge CB2 8BS, United Kingdom
55. Gibbs, R. W.(1986a). *On the psycholinguistics of sarcasm*. *Journal of Experimental Psychology*, 115, 3–15. Gibbs, R. W. (1986b). *Comprehension and memory for nonliteral utterances: The problem of sarcastic indirect requests*. *Acta Psychologica*, 62, 41–57.
56. Gibbs, R. W., & O'Brien, J. (1991). *Psychological aspects of irony understanding*. *Journal of Pragmatics*, 16(6), 523–530. [https://doi.org/10.1016/0378-2166\(91\)90101-3](https://doi.org/10.1016/0378-2166(91)90101-3)

57. Gibbs, R. W., O'Brien, J. E., DoLittle, S. (1995). *Inferring meanings that are not intended: Speakers intentions and irony comprehension*. Discourse Processes, 20, 187–203.
58. Gibbs, R. W., & O'Neill, J. (1991). *Psychological aspects of irony understanding*. Journal of Pragmatics, 16, 523–530.
59. Gibbs, R. W., Jr. (2000). *Irony in talk among friends*. Metaphor and Symbol, 15, 5–27.
60. Gibbs, R. W., Jr., Colston, H. L. (Eds.). (2007). *Irony in language and thought: A cognitive science reader*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers.  
<https://psycnet.apa.org/record/2007-10000-000>
61. Gibbs, R. W. Jr, Bryant, G.A. & Colston, H. L. (2014). *Where is Humor in Verbal Irony*. 575-595 <https://doi.org/10.1515/humor-2014-0106>.
62. Giles, D. C., & Maltby, J. (2004). *The role of media figures in adolescent development: Relations between autonomy, attachment, and interest in celebrities*. Personality and Individual Differences, 36, 813–822. doi:10.1016/S0191-8869(03)00154-5.
63. Bettelli, G., Panzeri, F., (2023), *“Irony is easy to understand ”: The role of emoji in irony detection*, ResearchGate. <https://doi.org/10.1515/ip-2023-5001>
64. Glucksberg, S. (2001). *Understanding figurative language: From metaphors to idioms*. New York: Oxford University Press.
65. Goffman, E. (1967/1999) *On Face-Work*. In: Goffman, E., Ed., Interaction Ritual, Pantheon, New York, 5-45. DOI: [10.4236/oalib.1109442](https://doi.org/10.4236/oalib.1109442)
66. Gordon, D., Lakoff, G. (1975). *Conversational postulates*. In P. Cole & J. L. Morgan (Eds.), Syntax and semantics: Speech acts (Vol. 3). New York: Academic Press. (Reprint of 1971 paper).
67. Green, M. C. (2006). *Narratives and cancer communication*. Journal of Communication, 56(S1), S163–S183. doi:10.1111/j.1460-2466.2006.00288.x.
68. Green, M. C., Brock, T. C., & Kaufman, G. F. (2004). *Understanding media enjoyment: The role of transportation into narrative worlds*. Communication Theory, 14, 311–327. doi:10.1111/j.1468-2885.2004.tb00317.x.

69. Greenwood, D. N., & Long, C. R. (2010). *Attachment, belongingness, needs, and relationship status predict imagined intimacy with media figures*. *Communication Research*, 38, 278–297. doi:10.1177/0093650210362687.
70. Grice, H.,P. (1975). *Logic and conversation*. In Cole and Morgan (eds.) *Syntax and Semantics. Speech Acts*. New York: Academic Press. Vol.3: 41-58. 1975
71. Grice, H. Paul, (1978). *Further notes on logic and conversation*. In: P. Cole, ed. *Pragmatics*, vol. 9, 113-127. New York: Academic Press.
72. Grice, H. P. (1967a/89). *Logic and conversation*. In *The Logic of Grammar*, ed. D. Davidson & G. Harman, 1975, 64–75. Encino: Dickenson. Also in *Syntax and Semantics 3: Speech Acts*, ed. P. Cole & J. L. Morgan, 1975, 41–58. New York: Academic Press. Reprinted in H.P. Grice (1989), 22–40.
73. Grice 1967b/89. *Further notes on logic and conversation*. In *Syntax and Semantics 9: Pragmatics*, ed. P. Cole, 1978, 113–127. New York: Academic Press. Reprinted in H. P. Grice (1989), 41–57.
74. Grice H. P. (1989) *Studies in the way of words*. Cambridge. Massachusetts. Harvard University Press.
75. Hancock, J.T. (2004). *Verbal Irony use in face-to-face and computer-mediated conversations*. *Journal of Language and Social Psychology*, 23(4):447-463. <https://doi.org/10.1177/0261927X04269587>.
76. Haiman, J. (1998) *Talk is cheap: sarcasm, alienation, and the evolution of language*. New York: Oxford Univer. Press.
77. Haverkate, H. (1990). *A speech act analysis of irony*. *Journal of Pragmatics*, 14, 77–109
78. Hofmann ,S.,G., Nadkarni, A.,(2012). *Why Do People Use Facebook?* 243–249. doi:10.1016/j.paid.2011.11.007
79. Holtgraves, T. (1997). *Styles of language use: Individual and cultural variability in conversational indirectness*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 624–637.
80. Horn, L.R. and G. Ward. (2006). *The Handbook of Pragmatics*. Oxford: Blackwell Publisher.

81. Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). *Mass communication and parasocial interaction: Observations on intimacy at a distance*. *Psychiatry*, 19, 215–229.
82. House, R. (2006). *Unabridged dictionary*. New York, NY: Random House.
83. Jorgenson, J., Miller, G., & Sperber, D. (1984). *Test of the mention theory of irony*. *Journal of Experimental Psychology: General*, 113, 112–120.
84. Jorgenson, J. (1996). *The functions of sarcastic irony in speech*. *Journal of Pragmatics*, 26, 613–634
85. Katz A. N. & Karen Hussey (2017) *Do People Hear a Sarcastic Tone of Voice When Silently Reading Sarcastic Text?*, *Metaphor and Symbol*, 32:2, 84-102, DOI: 10.1080/10926488.2017.1297621
86. Katz, A. (1996). *On interpreting statements as metaphor or irony: Contextual heuristics and cognitive consequences*. In J. S. Mio & A. N. Katz (Eds.), *Metaphor: Implications and applications* (pp. 1–22). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
87. Katz, A. N. (2005). “*Discourse and sociocultural factors in understanding nonliteral language*,” in *Figurative Language Comprehension: Social and Cultural Influences*, eds H. L. Colston and A. N. Katz (Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, Inc), 183–207.
88. Kaufer, D. S., (1981). *Understanding ironic communication*. *Journal of Pragmatics* 5(6): 495-510.
89. Klin, C. M., Drumm, A. M. (2010). *Seeing what they read and hearing what they say: Readers’ representation of the story characters’ world*. *Psychonomic Bulletin and Review*, 17, 231–236. doi:10.3758/PBR.17.2.231
90. Kotthoff, H. (2003). *Responding to Irony in Different Contexts: On Cognition in Conversation*. *Journal of Pragmatics* 35, 1387–1411.  
<http://www.elsevier.com/locate/pragma>
91. Kreuz, Roger J., and Richard M. Roberts, (1993). *On satire and parody: The importance of being ironic*. *Metaphor and symbolic activity* 8: 97-109.

92. Kruez, R. J., Glucksberg, S. (1989). *How to be sarcastic: The echoic reminder theory of verbal irony*. Journal of Experimental Psychology: General, 118, 374–386.
93. Kreuz, R. J., & Roberts, R. M. (1995). *Two cues for verbal irony: Hyperbole and the ironic tone of voice*. Metaphor and Symbolic Activity, 10, 21–31.
94. Kumon-Nakamura, S., Glucksberg, S., Brown, M., (1995). *How about another piece of pie: the allusional pretense theory of discourse irony*. American Psychological Association <https://psycnet.apa.org/record/1995-21193-001>
95. Leech, G. (1983). *Principals of Pragmatics*. London: Longman.
96. Levy, M. (1979). *Watching television news as parasocial interaction*. Journal of Broadcasting, 23, 69–80. doi:10.1080/08838157909363919
97. Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics*. Sydney: Cambridge Univ. Press.
98. Anolli, L., Ciceri, R., Infantino, M., G., (2000), *Irony as a Game of Implicitness: Acoustic Profiles of Ironic Communication*. ResearchGate. <https://www.researchgate.net/publication/226429667>
99. Lucariello J. (1994). *Situational irony: A concept of events gone awry*. Journal of Experimental Psychology: General, 123(2), pp.129–145. 1994
100. Long, D. L., Graesser, A. C. (1988). *Wit and humor in discourse processing*. Discourse Processes, 11(1), 35–60. <https://doi.org/10.1080/01638538809544690>
101. Love S., Inchingolo, M., Fernandez Velasco, P., (2022), *What is it (like) to imagine an emotion?* humanities & social sciences communications, <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01444-6>
102. Leuf, B., Cunningham, W. (2001). *The Wiki Way: Quick Collaboration on the Web*. Addison-Wesley. ResearchGate [https://www.researchgate.net/publication/31771168\\_The\\_Wiki\\_Way\\_Quick\\_Collaboration\\_on\\_the\\_Web\\_B\\_Leuf\\_W\\_Cunningham](https://www.researchgate.net/publication/31771168_The_Wiki_Way_Quick_Collaboration_on_the_Web_B_Leuf_W_Cunningham)

103. Maltby, J., Houran, J., & McCutcheon, L. E. (2003). *A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with celebrity worship*. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 191(1), 25–29.
104. McDonald, S. (1999). *Exploring the Process of Interference Generation in Sarcasm: A Review of Normal and Clinical Studies*. *Brain and Language*  
DOI: [10.1006/brln.1999.2124](https://doi.org/10.1006/brln.1999.2124)
105. McQuail, D. (1994). *Mass communication theory: an introduction*. Sage publications ltd., London ISBN 978-1-84920-291-6
106. Merton, R. K. (1946). *Mass persuasion: The social psychology of a war bond drive*. New York, NY: Harper & Brothers
107. Muecke D. C.(1969). *The Compass of Irony*. Methuen, London.  
<https://doi.org/10.4324/9781003129905>
108. Myers, G., (2010). *The discourse of blogs and wikis*. London: Continuum  
ISBN:9781847064141
109. <https://www.bloomsbury.com/us/discourse-of-blogs-and-wikis-9781847064141/>
110. Provine, R. R., Robert J. S., Mandell, D. (2007). *Emotional expression online: Emoticons punctuate website text messages*. *Journal of Language and Social Psychology* 26(3).
111. Perfetti, C. A., Bell, L. C., & Delaney, S. M. (1988). *Automatic (prelexical) phonetic activation in silent word reading: Evidence from backward masking*. *Journal of Memory and Language*, 27(1), 59–70. doi:10.1016/0749-596X(88)90048-4
112. Quintilian, M.F. (1995–98) *The Institutio Oratoria of Quintilian*, trans. H.E.Butler, Cambridge, Mass.;London.HarvardUniversity.Press.  
<http://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Quint.%20Inst.%209.2&lang=original>
113. Rezabek, L.,Cochenour, J., (1998). *Visual cues in computer-mediated communication: Supplementing text with emoticons*. *Journal of Visual Literacy* 18(2). 201–215.

114. Rockwell P., (2001) *Facial Expression and Sarcasm* Perceptual and Motor Skills 93(1):47- 50 DOI: [10.2466/PMS.93.4.47-50](https://doi.org/10.2466/PMS.93.4.47-50) [PATRICIA ROCKWELL](#)
115. Rockwell, P. (2000). *Lower, slower, louder: Vocal cues of sarcasm*. Journal of Psycholinguistics Research 29: 483--95.
116. Roseman, I. J., Wiest, C., Swartz, S. (1994) *Phenomenology, behavior, and goals differentiate discrete emotions*. Journal of Personality and Social Psychology, 67, 206-221.
117. Rusieshvili-Cartledge, M., & Dolidze, R. (2020). *Hate Speech in Online Polylogues: using examples of LGBT issues in Georgian computer-mediated discourse*. FLEKS - Scandinavian Journal of Intercultural Theory and Practice, 7(1), 43–59. <https://doi.org/10.7577/fleks.4171>
118. Searle, J. R. (1975). *Indirect speech acts*. In P. Cole & J. L. Morgan (Eds.), *Syntax and semantics: Speech acts* (Vol.3). New York: Seminar Press.
119. Sheldon KM, Gunz A. (2009). *Psychological needs as basic motives, not just experiential requirements*. Journal of Personality.77:1467–1492. [PubMed: 19678877]
120. Schmidt, J. (2007). *Bloggng practices: An analytical framework*. Journal of Computer-Mediated Communication, 12(4), 1409-1427.
121. Skovholt, K., Grønning A., Kankaanranta, A., (2014). *The communicative functions of emoticons in workplace e-mails:-)*. Journal of Computer-Mediated Communication 19(4). 780–797.
122. Loev,S., Inchingolo, M., Fernandez Velasco,P., (2022), *based on this article “what is it (like) to imagine an emotion”* <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01444-6>
123. Snarblad, Annie, (2023). *Diary of a Human Lie Detector: Facial Expressions in Love, Lust, and Lies* <https://www.amazon.com/Diary-Human-Lie-Detector-Expressions/dp/BOCD33KSDP>
124. Slugoski, B. R., & Turnbull, W. (1988). *Cruel to be kind and kind to be cruel: Sarcasm, banter and social relations*. Language and Society, 7, 101–121.

125. Sperber, D. (1984). *Verbal irony: pretense or echoic mention?* Journal of Experimental Psychology: General, 113, 130–136.
126. Sperber, D., D. Wilson. (1981). *Irony and the use-mention distinction*. In Radical Pragmatics, ed. P. Cole, 295–318. New York: Academic Press. 1986/95. Relevance. Communication and Cognition. Oxford: Blackwell.
127. Sperber, D., Wilson, D., (1986). *Relevance: Communication and cognition*. Cambridge, MA: Harvard University Press. (second edition 1995)
128. Sperber, D., Wilson, D. (1987). *Precis of Relevance: Communication and Cognition*. Behavioral and Brain Sciences, 14, 697–754.
129. Sperber, D., Wilson, D. (2012) *Explaining irony*. Chapter 6 of Meaning and Relevance, Cambridge 123-145 [https://www.dan.sperber.fr/wp-content/uploads/WilsonSperber\\_ExplainingIrony.pdf](https://www.dan.sperber.fr/wp-content/uploads/WilsonSperber_ExplainingIrony.pdf)
130. Stillman, T.F, Baumeister, R.F, Lambert, N.M, Crescioni, A.W., DeWall, C.N., Fincham, F.D., (2009). *Alone and without purpose: Life loses meaning following social exclusion*. Journal of Experimental Social Psychology. 45:686–694. [PubMed: 20161218]
131. Sultanoff, S. M. (2000). *Using Humor for Treatment and Diagnosis: A Shrinking Perspective*. Publication of the American Association for Therapeutic Humor. <https://www.mycematters.com/wp-content/uploads/2021/01/Using-Humor-in-Treatment-and-Diagnosis.pdf>
132. Thompson, D., Filik, R. (2016). *Sarcasm in written communication: Emoticons are efficient markers of intention*. Journal of Computer-Mediated Communication 21(2). 105–120.
133. Toplak, M. Katz, A. (2000). *On the uses of sarcastic irony*. Journal of Pragmatics 32, 1467-1488
134. Trudgill, P. (2006). *Language and Dialect: Linguistic varieties*. DOI: 10.1016/B0-08-044854-2/01492-9

135. Wałaszewska E., Piskorska A. (2012). *Relevance Theory: More than Understanding*, Cambridge Scholars Publishing, ISBN (10): 1-4438-4019-X, ISBN (13): 978-1-4438-4019-4
136. Walther, J.B., D'Addario, K.P. (2001). *The impacts of emoticons on message interpretation in computer-mediated communication*. *Social Science Computer Review*, 19, 323-345.
137. Weissman, B., Tanner, D. (2018). *A strong wink between verbal and emoji-based irony: How the brain processes ironic emojis during language comprehension*. *PLoS One* 13(8). e0201727.
138. Wilson D., Sperber D. (1992). *On Verbal Irony*. *Lingua* 87(s 1-2):53-76. North Holland DOI: [10.1016/0024-3841\(92\)90025-E](https://doi.org/10.1016/0024-3841(92)90025-E)
139. Wilson D. (2006). *The pragmatics of verbal irony: echo or pretence?* Elsevier. *Lingua* 116(10) pp. 1722-1743. 2006
140. Wilson, D., (2013). *Irony comprehension: A developmental perspective*. *Journal of Pragmatics* 59: 40-56.
141. Wiggers, M. (1982). *Judgments of facial expression of emotion predicted from facial behaviors*. *Journal of Nonverbal Behavior*, 7, 101-116.
142. Wolf, A., (2000.) *Emotional expression online: Gender differences in emoticon use*. *Cyber Psychology and Behavior* 3(5). 827-833

## ინტერნეტ მასალები:

1. ემოჯების კატალოგი  
<https://emojipedia.org/>
2. უხცხო სიტყვათა ონლაინ ლექსიკონი  
<http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=term&d=3&t=26835>
3. Fascial Expression of Emotions (Microemotions)  
<https://practicalpie.com/facial-expressions-of-emotions/>
4. Interview with Johan Deckman  
<https://www.artcollectornews.com/post/artist-interview-with-johan-deckmann>
5. Instagram reels  
<https://sproutsocial.com/glossary/instagram-reels/>
6. Social media impact  
[Social impact of the Internet & Social networking and entertainment](#)
7. You Tube, “Young and alive clips”, What are Micro-expressions? How to Know What Someone is Feeling  
[https://www.youtube.com/watch?v=jcxiHpwQljA&list=PLw33VEJZ5lGKg2TZF1dvP\\_j3o6ZBoNCEM&index=17&ab\\_channel=YoungandAliveClips](https://www.youtube.com/watch?v=jcxiHpwQljA&list=PLw33VEJZ5lGKg2TZF1dvP_j3o6ZBoNCEM&index=17&ab_channel=YoungandAliveClips)
8. YouTube. Irony vs Sacasm: Wat’s the Difference?  
[https://www.youtube.com/watch?v=VX41JUPsuNM&ab\\_channel=SlowEasyEnglish](https://www.youtube.com/watch?v=VX41JUPsuNM&ab_channel=SlowEasyEnglish)
9. YouTube video. The Human Mind Reader  
[https://www.youtube.com/watch?v=UW1jpparqW4&t=69s&ab\\_channel=YoungandAlive](https://www.youtube.com/watch?v=UW1jpparqW4&t=69s&ab_channel=YoungandAlive)

ბოლოს გადამოწმდა: 17.02.2025, 15.30