

RU

Сарказм как речевое средство реализации стратегии дискредитации политического деятеля (на материале текстов немецкоязычной прессы о Д. Трампе)

Лежнина А. С.

Аннотация. Цель исследования - определить роль сарказма в реализации коммуникативной стратегии дискредитации. В статье рассматривается использование саркастической оценки с целью создания негативного имиджа политического деятеля; анализируются примеры саркастических высказываний в немецкоязычных СМИ, послуживших дискредитации образа конкретного политика (Д. Трампа) в глазах читателей и в том числе его потенциальных избирателей; выделяется ряд лингвистических маркеров сарказма. Научная новизна исследования заключается в том, что сарказм, который традиционно изучается исключительно во взаимосвязи с категорией иронии, рассматривается в статье как самостоятельное речевое средство со значительным воздействующим потенциалом, которое может быть использовано автором саркастического высказывания для целенаправленной реализации коммуникативной стратегии дискредитации; устанавливаются некоторые лингвистические маркеры негативно-оценочного саркастического смысла высказывания. В результате доказано, что многократное использование высказываний с саркастическим смыслом в адрес политического деятеля в СМИ может привести к созданию негативного образа и служить подрыву его авторитета у избирателей.

EN

Sarcasm as Speech Means of Implementing Politician Discrediting Strategy (by the Material of the German Mass Media Texts about D. Trump)

Lezhnina A. S.

Abstract. The paper aims to identify the role of sarcasm in implementation of the communicative discrediting strategy. The article studies the use of sarcastic evaluation aimed to create a negative image of a politician; analyzes the examples of sarcastic statements in the German mass media which serve to discredit the image of a particular politician (D. Trump), as well as his potential voters in the eyes of the readers; identifies a number of linguistic markers of sarcasm. The scientific originality of the research lies in the fact that the article considers sarcasm which is traditionally studied only in connection with the category of irony a separate speech means with a significant influential potential which can be used by the author of a sarcastic statement for targeted implementation of the communicative discrediting strategy; identifies certain linguistic markers of a negatively evaluative sarcastic meaning of a statement. As a result, it has been proved that the multiple use of statements with a sarcastic meaning towards a politician in the mass media can lead to the creation of a negative image and serve to undermine his credibility among his voters.

Введение

В современном мире роль средств массовой информации трудно переоценить. Огромный поток противоречивой информации, поступающей из различных источников, и доступность этой информации привели к тому, что СМИ стали выступать основным ориентиром человека в бесконечном информационном пространстве. СМИ сегодня в значительной степени влияют на восприятие человеком окружающей действительности, поскольку мы, не имея личного опыта в подавляющем большинстве событий, происходящих в мире и находящих свое отражение в информационном потоке, «вынуждены строить свое знание об окружающей действительности на медиареконструкциях и интерпретациях» (Добросклонская, 2008, с. 22).

То есть современные СМИ не просто предоставляют информацию о тех или иных событиях, но и дают собственную интерпретацию случившегося, «представляя массовой аудитории видение происходящего сквозь призму определенной системы культурных ценностей и политических ориентиров» (Добросклонская, 2005, с. 22).

Адресат, как правило, склонен верить информации, озвученной в СМИ, и далеко не всегда подвергает ее критическому осмыслению, что позволяет более эффективно воздействовать на аудиторию, внедряя в сознание зрителя или читателя различные ассоциации и стереотипы. При этом оценка событий в СМИ нередко носит не прямой, а имплицитный характер. Это создает у адресата иллюзию самостоятельного анализа происходящего, что в конечном итоге помогает незаметно формировать нужное мнение о том или ином событии, а, по справедливому замечанию А. Р. Минемуллиной (2014), «людьми, чье мнение совпадает с твоим, проще манипулировать» (с. 161). При этом необходимо отметить, что в условиях глобального мира возможно воздействие на адресата не только в своей стране, но и за ее пределами, что превращает СМИ в важнейший инструмент информационного противоборства.

СМИ играют первостепенную роль в создании и закреплении в общественном сознании стереотипных представлений в сфере межнационального взаимодействия. В соответствии с теми или иными внутри- и внешнеполитическими задачами СМИ с помощью лексических средств языка и различных средств выразительности создают в общественном сознании устойчивый образ какого-либо государства и его лидеров.

Все вышесказанное обуславливает актуальность исследования саркастического высказывания как одного из речевых приемов, используемых для создания образа политического лидера.

Для достижения указанной цели исследования необходимо решить следующие задачи: во-первых, рассмотреть использование саркастической оценки с целью создания негативного имиджа политического деятеля; во-вторых, проанализировать примеры саркастических высказываний в немецкоязычных СМИ, послуживших дискредитации образа конкретного политика (Д. Трампа) в глазах читателей и в том числе его потенциальных избирателей; в-третьих, выделить ряд лингвистических маркеров сарказма.

В качестве основных методов исследования привлекались метод непосредственного наблюдения, структурно-семантический, контекстуально-интерпретационный методы научного описания языкового материала.

Теоретической базой исследования послужили публикации отечественных авторов, посвященные особенностям медиатекстов, речевым стратегиям, способам выражения негативной оценки (Добросклонская, 2005; 2008; Иссерс, 2011; Лежнина, 2014; Навасартян, 2017).

Практическая значимость исследования определяется тем, что его результаты могут быть использованы в курсах занятий по стилистике и интерпретации текста, а также при создании текстов СМИ.

Основная часть

Очень часто образ государства в прессе соответствует образу ее главы. Как правило, лидерам стран-союзников дается положительная характеристика, а руководителям государств, являющихся политическими противниками, соответственно – негативная. Так, например, часто в текстах западных СМИ о России между понятиями «политика РФ» и «политика В. В. Путина» фактически ставится знак равенства.

В связи с этим особенно примечательно то, что произошло с медийным образом бывшего американского президента Д. Трампа. Традиционно США являются союзником стран Евросоюза и, в частности, ФРГ, в связи с чем политика и решения лидеров этого государства в европейской и в том числе немецкой прессе обычно оцениваются положительно. Однако Д. Трамп привлек «беспрецедентно большой объем критической информации» и тем самым сформировал «уникальную политическую и медийную картину» (Медведева, 2020, с. 338). Американский президент подвергся массированным нападениям прессы, как на родине, так и за рубежом, которые усиливались по мере приближения выборов, состоявшихся 3 ноября 2020 года. Поскольку цель политического дискурса – вызвать в адресатах определенные намерения и установки, не описать, а убедить, мотивировать вполне определенные реакции, в частности действия (Гальчук, 2021, с. 3445), то можно утверждать, что тексты СМИ, содержащие негативную характеристику Д. Трампа, в конечном итоге повлияли на исход выборов. Немецкая пресса поддерживала американскую в стремлении дискредитировать президента США.

В связи с вышесказанным можно утверждать, что ведущей речевой стратегией СМИ в отношении Д. Трампа была стратегия дискредитации. При этом под речевой стратегией мы вслед за О. С. Иссерс (2011) понимаем «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» (с. 182). Стратегия дискредитации, то есть стратегия, направленная на снижение авторитета объекта оценки в глазах третьих лиц, понижение его статуса (Ширяева, 2016, с. 181), реализуется в том числе с помощью тактик «эмоционального воздействия и речевой агрессии в целях склонения к своей точке зрения, подчинения своей позиции» (Лабутина, 2019, с. 146). Среди речевых приемов дискредитации, оказывающих эмоциональное воздействие на адресата, принято называть обесценивание, навешивание ярлыков, ерничество, иронию, сарказм (Громыко, 2012; Лабутина, 2019; Аношина, 2016).

В ходе анализа текстов СМИ, посвященных Д. Трампу, нами было установлено, что сарказм занимает особое место среди речевых приемов, используемых журналистами (в том числе немецкими) для создания отрицательного образа экс-главы Белого дома.

Под сарказмом мы понимаем язвительную насмешку, наивысшую семантико-прагматическую точку ироники. Сарказм, в отличие от других подвидов ироники, не может быть «добрым», он исключает сочувствие адресанта к адресату и отражает несогласие говорящего с объектом саркастической оценки.

Важно отметить, что объектом сарказма, как правило, является человек. Саркастической оценке подвергаются преимущественно мнения, черты характера, поступки, внешность конкретной личности. Данный факт обуславливает более высокую степень агрессии речевого приема сарказма.

Саркастическое высказывание содержит в себе скрытый негативно-оценочный смысл, в нем наблюдается асимметрия между выражаемым и подразумеваемым смыслом. Внешне нейтральное или положительно-оценочное высказывание несет в себе тем не менее отрицательную оценку, распознать которую возможно только при условии наличия у читателя определенных фоновых знаний, представления о ситуации, описанной в тексте статьи, а также при успешном распознавании адресатом вербальных сигналов (маркеров), указывающих, что саркастическое высказывание не может быть истолковано буквально.

Использование сарказма в текстах СМИ обусловлено тем, что таким способом возможно выражение критического отношения, не прибегая к прямым негативным оценкам. С другой стороны, сарказм, как «сложная для интерпретации, требующая дополнительной концентрации внимания читателя риторическая фигура, обладает значительной воздействующей силой. Иначе говоря, автор медиатекста, прибегнув к саркастическому высказыванию, реализует две основные прагматические установки – дискредитацию объекта насмешки и воздействие на читателя путем навязывания ему своей точки зрения» (Минемуллина, 2014, с. 76).

Проанализировав целый ряд саркастических высказываний в текстах немецкоязычных СМИ, посвященных Д. Трампу, мы пришли к выводу, что авторы этих высказываний высмеивают:

- внешность экс-президента США;
- его интеллектуальные способности;
- его политические решения.

Рассмотрим несколько примеров.

Как уже было сказано выше, внешность американского экс-президента постоянно оказывалась объектом саркастической насмешки. Эпитет *orange*, намекающий на неестественный цвет кожи президента, и ироническая метонимия *Trumps Tolle*, высмеивающая его пышную прическу, постоянно встречаются в различных публикациях о Трампе, создавая устойчивый образ нелепого и напыщенного человека, всеми силами стремящегося выглядеть моложе своих лет. Так, в статье “Aus diesem Grund ist Donald Trumps Haut so orange” Д. Грин и М. Ольшевски пишут:

Die Menschen verdienen eine Antwort. Sicher haben sich schon viele gefragt, warum der US-Präsident so aussieht, als hätte er zu viele Karotten gegessen (Green, Olschewski, 2018). / *Люди заслуживают ответ. Без сомнения, многие уже задавались вопросом, почему президент США выглядит так, словно съел слишком много моркови* (здесь и далее перевод выполнен автором статьи. – А. Л.).

Высказывание построено на основе семантического контраста. Первая часть представляет собой якобы серьезное утверждение о том, что люди заслуживают ответ на свой вопрос. Вторая часть высказывания содержит сам вопрос, сформулированный с помощью иронического сравнения (Трамп выглядит так, будто съел слишком много моркови), которое выступает в качестве маркера саркастической оценки авторами статьи внешности президента США.

В следующем примере автор статьи “Donald Trumps Teint ist Resultat großer Eitelkeit” А. Иоса также высмеивает неестественный цвет лица Д. Трампа:

Haben Sie sich auch schon einmal gefragt, woher Donald Trumps – sagen wir mal “ungewöhnlicher” Teint herkommt? (Iosa, 2016). / *Вы когда-нибудь задавались вопросом, откуда взялся такой, скажем так, «необычный» цвет лица Дональда Трампа?*

В приведенном саркастическом высказывании цвету лица Д. Трампа дается характеристика *ungewöhnlich*, которая на первый взгляд не является негативно-оценочной. Однако конструкция *sagen wir mal*, с помощью которой автор как бы пытается подобрать наименее обидную характеристику внешности Д. Трампа, а также кавычки выступают в качестве маркеров саркастического смысла, указывая на истинное, отрицательное отношение адресанта к объекту оценки, выраженное с помощью эпитета *ungewöhnlich*.

Прическа Д. Трампа подвергается саркастической оценке в статье М. Брауэра “Trumps Tolle vom Winde verweht”: “Schönes Haar ist dir gegeben. Gib ihm Liebe, gib ihm Pflege. Komm und zeig es. Lass es leben” (Brauer, 2018). / *Чудесные волосы тебе даны. Люби их, заботься о них. Выйди и покажи их. Позволь им жить*.

Саркастический эффект достигается за счет смыслового контраста между приведенным выше эпиграфом к статье и ее содержанием. Эпиграфом выступает цитата из рекламы шампуня, призывающая гордиться красивыми волосами и демонстрировать их. Статья же рассказывает о том, как ветер, внезапно подувший во время выступления Трампа, который обычно гордится своей шевелюрой и тщательно укладывает волосы, обнажил залысины на его голове. Автор статьи таким образом высмеивает чрезмерное внимание Трампа к своей внешности и дает негативную оценку попыткам президента выглядеть лучше.

Стиль одежды Д. Трампа также подвергается иронической оценке, как, например, в следующем высказывании из статьи в газете «Зюддойче цайтунг»:

Diese Kombination aus blauem Anzug, weißem Hemd, knallrotem Schlips, als hätte er beim Schultheater die Aufgabe, eine amerikanische Flagge zu spielen (Richter, 2016). / *Эта комбинация из синего костюма, белой рубашки, ярко-красного галстука, как будто он получил задание в школьном театре сыграть роль американского флага*.

Автор статьи П. Рихтер при характеристике образа американского президента прибегает к саркастическому сравнению. По мнению Рихтера, Д. Трамп в наряде в сине-бело-красных тонах выглядит так, словно

получил задание сыграть роль американского флага в школьном спектакле. Нелепость этого предположения (75-летний Трамп едва ли может участвовать в школьном спектакле), выраженного с помощью нереального сравнительного придаточного предложения, свидетельствует, с одной стороны, об отрицательной оценке автором статьи внешнего вида президента, а с другой стороны, возможно, о критическом отношении Рихтера к наигранному, театральному поведению Трампа.

Помимо внешнего вида Д. Трампа постоянно высмеиванию подвергались также его интеллектуальные способности. Рассмотрим несколько примеров.

Die Frage, ob der definitiv mächtigste Mann der Welt eine Meise hat, ist schon deshalb obsolet, weil Trump ohnehin nichts lieber tut, als zu zwitschern (Pohl, 2019). / *Вопрос, действительно ли безусловно самый влиятельный человек в мире тронулся умом, уже потерял актуальность, поскольку Трамп охотнее всего чирикает.*

Маркером скрытого саркастического смысла приведенного высказывания из статьи Р. Поля выступает игра слов, построенная на использовании существительного *Meise* (синица) как в составе идиомы *eine Meise haben*, которая имеет значение «быть не в себе», так и в сочетании с глаголом *zwitschern*, который означает «чирикать», а также является немецким эквивалентом английского глагола *twitter*. Автор высказывания утверждает, что вопрос «Правда ли самый влиятельный человек мира не в себе?» (дословно: «имеет синицу») потерял актуальность, потому что Трамп «охотнее всего чирикает». Таким образом, автор высказывания дает понять, что считает президента США психически нездоровым. Также насмешке подвергается чрезмерная любовь Трампа к социальной сети «Твиттер», которую он часто использует как площадку для политических заявлений.

К. Баркевитц в статье “Licht und Bleiche, Corona weiche!” высмеивает медицинские познания Д. Трампа:

Tödlich könnte auch seine neueste Superidee sein: Bleich- und Infektionsmittel direkt in den Patienten injizieren. Oh Herr, lass Hirn vom Himmel auf den Herrscher von God's own Country regnen! Oder Bleiche. Dann würde vielleicht endlich mal diese seltsame orangene Farbe von seinem Gesicht verschwinden (Barkewitz, 2020). / *Смертельно опасной могла бы быть и его новейшая суперидея: вводить пациентам внутривенно отбеливающее и дезинфицирующее средство. Господи, образуй повелителя божьей страны! Или обели. Тогда, возможно, с его лица наконец сойдет эта странная оранжевая краска.*

В первой части высказывания саркастический смысл возникает из семантического контраста между двумя характеристиками, данными автором статьи идее Д. Трампа о том, как необходимо бороться с коронавирусом: с одной стороны, идея получает якобы положительную оценку и называется «суперидеей», а с другой стороны, она описывается как «смертельно опасная» (*tödlich*), что позволяет сделать вывод о том, что существительное *Superidee* в представленном контексте носит ироничное, негативно-оценочное значение. Во второй части высказывания Баркевитц прибегает к шутивому воззванию к богу – фразеологизму (*Herr, lass Hirn vom Himmel regnen*), который в немецкой этнокультуре, как правило, используется для описания чьей-либо глупости. При этом автор статьи для придания высказыванию мнимой возвышенной экспрессивности называет Д. Трампа «повелителем божьей страны», используя англоязычный перифраз *God's own Country*, который нередко применяется в отношении США. Иронический смысл возникает за счет контраста формы (эмоциональное обращение к богу) и содержания (президент одной из наиболее влиятельных стран мира называется глупым). Далее следует присоединительная конструкция (*Oder Bleiche*), которая усиливает комический эффект за счет использования автором абсурдной идеи Трампа (вводить больным COVID-19 отбеливающее средство внутривенно) для выражения еще более абсурдной идеи о том, что отбеливающее средство может удалить с лица президента «странный оранжевый оттенок». Таким образом, автор статьи высмеивает и интеллектуальные способности, и внешний вид Д. Трампа, чем фактически дискредитирует его.

Психическое здоровье Д. Трампа также подвергается сомнению в статье А. Орцессека “Wer, bitte schön, ist Michelangelo?”:

Doch alles, was Trump von sich gab, war eine schmerzhaft präzise Widerlegung seiner Selbstdiagnose: “Ich bin kognitiv fit” (Orzessek, 2020). / *Однако все, о чем высказывался Трамп, было болезненно неоспоримым опровержением его диагноза, поставленного самому себе: «Я психически здоров».*

Саркастический смысл возникает за счет семантического контраста между двумя частями высказывания, основанного на эффекте неожиданности. В первой части бессоюзного предложения говорится о том, что Трамп в интервью [газете The New York Times] опровергает поставленный самому себе диагноз. Поскольку существительное *Diagnose* имеет значение “*Feststellung, Bestimmung einer körperlichen oder psychischen Krankheit*” (<http://duden.de>), читатель может ожидать, что во второй части высказывания будет названо заболевание, которым, по его мнению, страдает Трамп. Однако автор статьи, напротив, цитирует высказывание президента США о том, что психически он абсолютно здоров. Логическое противоречие между двумя частями высказывания позволяет понять, что автор статьи негативно оценивает слова и действия президента США, считая их ничем не оправданным бахвальством.

Политические решения Д. Трампа также систематически подвергались осмеянию в немецкоязычной прессе. Рассмотрим несколько примеров:

Jetzt muss Trump nur noch schnell Corona, Internet und diesen Dings entlassen, den 3. November (Fleischer, 2020). / *Теперь Трампу нужно скорее отменить коронавирус, Интернет и эту штуку 3-го ноября.*

В статье Я. Фляйшер “Trump und das Kreuz mit der Post” говорится о том, что Д. Трамп накануне президентских выборов в США выступил против голосования по почте. В приведенном саркастическом высказывании автор статьи с помощью гиперболизированного представления возможностей Трампа, которому приписывается мнимая способность отменить коронавирус и Интернет, высмеивает стремление президента решать проблемы авторитарными методами.

Автор статьи "In der Gemeinschaft der Trumpologen" М. Леминг также характеризует Д. Трампа как политика, далекого от демократии:

Seit Donald Trump im Weißen Haus residiert, blüht die Trumpologie (Lehming, 2017). / *С тех пор как Дональд Трамп пребывает в Белом доме, процветает трампология.*

Автор высказывания прибегает к саркастическому окказионализму *Trumpologie*, созданному по аналогии с ироничным термином «кремлелогия», который в западных СМИ нередко применялся для описания попыток угадать, что происходит за закрытыми дверями заседаний Центрального комитета КПСС. Таким образом, М. Леминг указывает на закрытость и непрозрачность политики Д. Трампа.

Примечательно, что помимо самого Д. Трампа насмешкам прессы подверглись и его союзники, например, социальная сеть «Твиттер», которой, как упоминалось выше, бывший президент США активно пользовался. Так, в частности, М. Цаметцер в материале для Баварского радио использует саркастическую метафору, называя «Твиттер» "Das Abflussrohr des Präsidenten" (Zametzner, 2020). / «Сточная труба президента».

Заключение

Итак, на основе изложенного выше можно сделать следующие выводы.

1. Немецкие СМИ, прибегнув к сарказму в своих материалах, посвященных Д. Трампу, сформировали у читателя образ нелепого, недалекого, напыщенного человека, принимающего неразумные решения, далекие от принципов демократии, то есть политика, не достойного доверия и поддержки избирателей. Таким образом, можно утверждать, что саркастическое высказывание является эффективным речевым приемом стратегии дискредитации политического деятеля.

2. Сарказм как речевое средство дискредитации имеет лингвистические маркеры, в частности:

- маркеры, нарушающие стилистическое единство текста: авторские окказионализмы, иноязычные слова и выражения, игра слов, сравнение, гипербола;
- маркеры, нарушающие целостность текста на содержательном уровне, например, конфликт между тематической и рематической частью высказывания;
- синтаксические маркеры саркастического смысла, например, парцелляция;
- графические маркеры сарказма, например, кавычки.

Лингвистические маркеры сарказма позволяют выявить скрытый негативно-оценочный смысл высказывания и правильно интерпретировать интенцию автора.

Перспективы дальнейшего исследования проблемы мы видим в более детальном изучении сарказма как речевого приема реализации разнообразных коммуникативных стратегий в различных дискурсах.

Источники | References

1. Аношина Е. Ю. Речевая стратегия дискредитации в текстах русскоязычных интернет-блогов // Инновационная наука. Аэтерна. 2016. Т. 3. № 10.
2. Гальчук Д. А. Особенности идентичности Д. Трампа в период иммиграционного кризиса (на материале постов в Twitter, Facebook и Instagram) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. Т. 14. Вып. 11.
3. Громыко С. А. Речевая стратегия дискредитации в русской парламентской дискуссии начала XX века // Вестник Череповецкого государственного университета. 2012. Т. 2. № 3 (41).
4. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). М.: Едиториал УРСС, 2005.
5. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь). М., 2008.
6. Иссерс О. С. Речевое воздействие. М.: Флинта; Наука, 2011.
7. Лабутина В. В. Речевая стратегия дискредитации в дискурсивной тактике комментария сетевого медиаконтента // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. № 4 (34).
8. Лежнина А. С. Лингвопрагматический и риторический аспекты высказываний с саркастическим смыслом (на материале современного немецкого языка): дисс. ... к. филол. н. СПб., 2014.
9. Медведева Н. Е. Эволюция медиаимиджа политического лидера // Славянский мир и национальная речевая культура в современной коммуникации / гл. ред. Т. А. Пивоварчик. Гродно, 2020.
10. Минемуллина А. Р. Оценочные прилагательные как языковой инструмент информационной борьбы (на примере информационного противостояния украинских и российских СМИ периода 2013-2014 гг.) // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. 2014. № 11.
11. Навасартян Л. Г. Языковые средства и речевые приемы манипуляции информацией в СМИ (на материале российских газет): дисс. ... к. филол. н. Саратов, 2017.
12. Ширяева Т. А. Стратегия дискредитации в дискурсе современных британских парламентских дебатов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 7-3.
13. Barkewitz C. Licht und Bleiche, Corona weiche! 2020. URL: <https://www.aerztezeitung.de/Politik/Licht-und-Bleiche-Corona-weiche-408906.html>

14. Brauer M. Trumps Tolle vom Winde verweht. 2018. URL: <https://www.stuttgarter-nachrichten.de/inhalt.donald-trump-die-wahrheit-ueber-seine-haare-trumps-tolle-vom-winde-verweht.9d007e5e-9628-43a5-9964-0a00af469aa0.html>
15. Fleischer J. Trump und das Kreuz mit der Post. 2020. URL: <https://www.lvz.de/Nachrichten/Kultur/Kultur-Regional/Glosse-Trump-und-das-Kreuz-mit-der-Post>
16. Green D., Olschewski M. Aus diesem Grund ist Donald Trumps Haut so orange. 2018. URL: <https://www.businessinsider.de/panorama/donald-trumps-haut-orange-2018-1>
17. Iosa A. Donald Trumps Teint ist Resultat großer Eitelkeit. 2016. URL: <https://www.weekend.at/deluxe/beauty/donald-trumps-teint/28.886.209>
18. Lehming M. In der Gemeinschaft der Trumpologen. 2017. URL: <https://www.tagesspiegel.de/politik/us-praesident-donald-trump-in-der-gemeinschaft-der-trumpologen/19401798.html>
19. Orzessek A. Wer, bitte schön, ist Michelangelo? 2020. URL: https://www.deutschlandfunk.de/trump-und-die-medien-wer-bitte-schoen-ist-michelangelo.2907.de.html?dram:article_id=482277
20. Pohl R. Donald Trump: Der Welt größter Zwitscherant ist komplett Dada. 2019. URL: <https://www.derstandard.de/story/2000109738086/donald-trump-der-welt-groesster-zwitscherant-ist-komplett-dada>
21. Richter P. Donald Trumps Kleidung: Sieht aus wie vom Schlussverkauf. 2016. URL: <https://www.sueddeutsche.de/stil/trump-town-x-was-und-wen-die-trumps-tragen-1.3270173>
22. Zametzer M. Das Abflussrohr des Präsidenten. 2020. URL: <http://web.archive.org/web/20200928001757/www.br.de/radio/bayern2/sendungen/radiowelt/ende-der-welt-das-abflussrohr-des-praesidenten-100.html>

Информация об авторах | Author information



Лежнина Анна Сергеевна¹, к. филол. н.

¹ Военная академия связи, г. Санкт-Петербург



Lezhnina Anna Sergeevna¹, PhD

¹ Military Academy of the Signal Corps, St. Petersburg

¹ cayetanna16@gmail.com

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 10.01.2022; опубликовано (published): 28.02.2022.

Ключевые слова (keywords): саркастическое высказывание; стратегия дискредитации; негативная оценка; маркеры сарказма; sarcastic statement; discrediting strategy; negative evaluation; sarcasm markers.