

Кузьмич Н. Я.,

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

## ГУМОР ЯК ЗАСІБ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ (за матеріалами телевізійних інтерв'ю)

*У статті йдеться про самопрезентацію учасників телевізійних інтерв'ю та гумор як один із механізмів її реалізації. Проаналізовано гумористичні висловлювання відповідно до чотирьох стратегій самопрезентації: стверджувальної, наступальної, оборонної та захисної.*

**Ключові слова:** самопрезентація, гумор, ввічливість, обличчя, акт, що загрожує обличчю.

*В статті йдеться про самопрезентацію учасників телевізійних інтерв'ю та гумор як один із механізмів її реалізації. Проаналізовано гумористичні висловлювання відповідно до чотирьох стратегій самопрезентації: утверджувальної, наступальної, оборонної та захисної.*

**Ключевые слова:** самопрезентация, юмор, вежливость, лицо, акт, угрожающий лицу.

*The article examines self-presentation of television interview participants and humour as one of the means of its actualization. Humorous utterances were analyzed according to four self-presentation strategies: assertive, offensive, defensive and protective.*

**Key words:** self-presentation, humour, politeness, face, face threatening act.

У процесі спілкування людина неодмінно презентує себе у певному світлі, свідомо чи несвідомо намагається керувати враженням про себе, котре вона створює у співрозмовників. Явище самопрезентації, котре, в першу чергу, асоціюється із сферою ділового спілкування, виступами перед аудиторією, викладанням та іншими проявами публічної комунікації, усе більше привертає увагу мовознавців. Процес самопрезентації, котрий традиційно розглядається в соціальній психології (І. Гоффман, Д. Майерс, Р. Чалдіні, Р. Баумейстер та багато інших), має виражену мовну складову. Людина, описуючи та характеризуючи себе, користується певними лексичними, стилістичними, синтаксичними та дискурсивними засобами і стратегіями.

Метою даної статті є дослідження особливостей гумору як засобу реалізації різних стратегій самопрезентації. Матеріалом дослідження стали транскрипти та відеозаписи двадцяти інтерв'ю (що складає близько 350 сторінок тексту) із учасниками (політиками, акторами, зірками шоу-бізнесу, спортсменами) сучасного американського телевізійного шоу “Piers Morgan Tonight” (CNN) [6].

Гумор та сміх привертати увагу багатьох дослідників із різних галузей та сфер знання. У багатьох культурах гумор використовується для налагодження стосунків, висловлення емоцій та контролю негативних почуттів. До гумору часто звертаються у розмовах на складні теми. Крофорд зазначає, що соціальні теми, про котрі не прийнято говорити, можуть швидше входити у дискурс, оскільки “двозначність гумору дозволяє обговорювати їх у замаскованій та заперечувальній формі” [3, с. 1420]. У випадках, коли доводиться говорити на особисті та делікатні теми, звернення до гумору допомагає уникнути ситуацій, котрі загрожують обличчю мовця. Гумор також можуть використовувати для розвитку соціальної і розмовної когезії, та солідарності. Та найбільше, він дозволяє проявити веселу натуру учасників комунікації та гладко вести розмову.

Ключовим поняттям теорії ввічливості, котру розробили П. Браун та С. Левінсон, є концепт FTA (Face Threatening Act) – “акт, який загрожує обличчю”. Поняття “обличчя” розуміють, з одного боку, як образ учасника комунікації, його імідж, а з другого боку, як його територію – у широкому сенсі слова, яка включає не тільки приватний простір мовця, його час, “оболонку” (тіло й одяг), але і когнітивний простір. У процесі мовленнєвої комунікації всі ці сторони “обличчя” її учасників постійно піддаються загрозам, оскільки будь-який мовленнєвий акт може тією чи іншою мірою розглядатися як FTA. Тому ввічливість, відповідно до теорії П. Браун і С. Левінсона, виявляється у взаємному бажанні захистити, зберегти “обличчя” обох партнерів мовленнєвої взаємодії [2].

Враховуючи цей важливий взаємозв'язок, будь-який учасник комунікації намагається уникати потенційних загроз, використовуючи при цьому відповідні стратегії ввічливості. Під позитивною ввічливістю мають на увазі прояв приязного ставлення до адресата, солідарність з ним, підкреслення групової ідентичності, бажання до згоди й уникання конфліктів, використання мовленнєвих актів, які слугують “підвищенню” ролі адресата (комплімент, подяка, запрошення і т.д.), а під негативною ввічливістю – побоювання здатися нав'язливим, завдати шкоди адресату, відсутність емоцій, стриманість; уникнення мовленнєвих актів, які можуть загрозувати адресату (наказ, критика, прямі запитання), або їх пом'якшення.

Потреба співрозмовників зберегти обличчя впливає на їхню лінгвістичну поведінку. Жарт може бути “особистою інвестицією для досягнення міжособистісних цілей у формі самореклами, вербальної гри, котра робить самого мовця центром жарту, втечі від саморозкриття та спроби домінування для створення авторитарного образу у інших” [5, с. 59].

Теорія ввічливості розглядає гумор як відносно простий аспект в межах позитивної ввічливості. У нашому дослідженні, услід за Н. Кансу-Еткінер, котра вивчає особливості самопрезентації у турецькій мові, розглядаємо гумор як складніше явище, що виконує певні самопрезентаційні функції.

Якщо розглядати гумор в межах явища самопрезентації, дослідники Боксер та Кортес-Конде розрізняють гумор, котрий виконує дві функції: міжособистісну, котра включає висміювання інших та особистісну, котра включає самоглузування, що власне і належить до царини самопрезентації [1]. Загалом, вважають, що гумор є інклюзивною стратегією налагодження дружніх стосунків та ґрунтується на спільному досвіді. Яскравим при-

кладом цього є кепкування над особою, котра не бере участі у розмові. Висміювання, сарказм та дражніння часто трактуються як агресивні стратегії, оскільки вони не є інклюзивними.

Гумор відіграє важливу соціальну роль і часто сприяє зменшенню напруги під час розмови. Окрім цього, до гумору часто звертаються під час обговорення делікатних тем та табу. У теорії ввічливості “жарт” відноситься до стратегії позитивної ввічливості. Браун та Левінсон твердять, що “оскільки жарти базуються на спільних фонових знаннях та цінностях, жарти можуть використовуватись для наголошення на цих спільних знаннях та цінностях... Жартування – це метод розслаблення слухача” [2, с. 124]. Проте, різні дослідники мають критичні зауваження щодо теорії, запропонованої Браун та Левінсоном, і висловлюють сумніви щодо припущення, що “агресивні” форми жартування, такі як висміювання, будують солідарність шляхом порушення норм ввічливості. До прикладу, Зайдман [8] твердить, що розуміння жартування як стратегії позитивної ввічливості є надто спрощеним, оскільки ФТА можуть передаватись за допомогою жартів через не завуальовану (on-record) і завуальовану (off-record) стратегії.

Для простеження виявів самопрезентації у гумористичних висловленнях ми використовуємо таксономію Шутца [7], відповідно до котрої стилі самопрезентації поділяються на чотири групи: стверджувальну (assertive), наступальну (offensive), оборонну (defensive) і захисну (protective). Стверджувальна та наступальна самопрезентації є активними тактиками, котрі слугують для створення позитивного образу, в той час як оборонна та захисна самопрезентації є пасивними тактиками, котрі, здебільшого, використовуються як стратегії ухиляння.

Гумор виявляється у формі самопросування в межах стверджувальної самопрезентації. Наступальна самопрезентація характеризується проявами домінування та образи інших у формі висміювання. Гумор у рамках оборонної самопрезентації виявляється через рефреймінг критичної ситуації, тобто переведення критичної ситуації на гумористичний лад. Уникання створення негативного враження реалізується через самоглузування та використання гумору для мінімального саморозкриття в захисній самопрезентації.

Стверджувальна самопрезентація включає активні, але не агресивні спроби створити позитивне враження. Співрозмовники можуть вдаватись до прямих та непрямих стратегій для опису власних чеснот. Почуття гумору є одним із критеріїв позитивної самопрезентації. Самопросування можна поділити на контекстуальне та неконтекстуальне відповідно до безпосереднього та ширшого соціального контексту взаємодії.

Контекстуальне самопросування передбачає створення позитивної атмосфери за допомогою спонтанних жартів. Ось наприклад коли найвідомішу американську телеведучу О. Вінфрі запитують про можливість невдачі із її новим грандіозним проектом – телеканалом Oprah Winfrey Network, вона переводить акт, що загрожує її позитивному обличчю на жарт:

*MORGAN: Do you contemplate failure with OWN? Have you thought about that?*

*WINFREY: Are you kidding? (LAUGHTER) Piers, I thought about -- I have never contemplated anything more than I contemplated the decision to do this network [6].*

Тема успіху чи невдачі нового проекту, очевидно, є делікатною для Опри і вона намагається уникнути серйозної відповіді на це запитання, натомість використовує жартівливу та іронічну інтонацію. На мовному рівні це реалізується через використання сталого виразу жартівливого характеру та продовжується емпатичною конструкцією з повторенням слова “обдумувати” (contemplate), котре використовував ведучий. Таким чином, цей спонтанний прояв самореклами є результатом безпосереднього контексту взаємодії.

Наступальна самопрезентація – “це агресивний спосіб створення бажаного образу” [7, с. 613]. Атакування інших та презентування себе більш вартісними є основними методами передачі бажаного враження. У інтерв’ю із найвідомішим телеведучим США Л. Кінгом П. Морган вдається до висміювання авторитетного телеведучого із багаторічним досвідом для презентування себе у кращому світлі. Він ставить під сумнів до речність репліки Л. Кінга під час інтерв’ю із колишнім американським президентом Б. Клінтоном:

*MORGAN: As my favorite moment of your farewell show when you said that you and he shared the zipper club. No one was quite sure what you meant, Larry. (LAUGHTER)*

*KING: I knew what I meant.*

*MORGAN: I don't think President Clinton knew what you meant.*

*KING: That was funny.*

Хоча П. Морган зазначає, що це його улюблений епізод з інтерв’ю Л. Кінга із президентом Б. Клінтоном, це висловлювання насправді не є компліментом, а несе загрозу позитивному обличчю Л. Кінга.

Оборонна самопрезентація використовується з метою мінімізації шкоди, котра завдається обличчю. Люди вдаються до цієї тактики, щоб зменшити негативні наслідки ситуацій, у котрих їхня поведінка може потенційно створювати негативні враження в оточуючих. Шутц використовує чотири запитання для того, щоб зрозуміти якою мірою відбувається загроза створеному образу: Чи взагалі дана подія мала місце? Чи подію слід оцінювати негативно? Чи дана особа спричинила цю подію? Чи ця особа могла поводитись по іншому? Зазвичай людина, причетна до поганої події намагається пом’якшити факти та надати мінімум негативної інформації про себе [7].

Люди, зазвичай, неохочі говорити про власні помилки та недоліки, проте, інколи, одкровення є неминучими і учасники комунікації зустрічаються із проблемою як би краще описати небажану подію. Коли використовується рефреймінг, особа визнає, що певна подія трапилась, проте твердить, що це не потрібно сприймати негативно. Рефреймінг є частиною стратегії негативної ввічливості, завдання котрої полягає у відновленні позитивного образу та уникненні будь-якого роду нав’язувань, що порушують автономність співрозмовника. Коли під час інтерв’ю із Далай Ламою мова заходить про його ставлення до слави, духовний лідер Тибету з гумором говорить про те, що він є звичайною людиною:

*DALAI LAMA: ... in my own case, some people say God, king, nonsense. Some people say living Buddha, nonsense. And also the other side, some people say, me, demon, that's also nonsense. (LAUGHTER) I'm simply a human being. Like that.*

Мовець будує свою відповідь на тезі та антитезі, що створює гумористичний ефект. Прислівник "simply" підсилює простоту статусу співрозмовника.

Захисна самопрезентація використовується з метою уникнення ситуацій, котрі потенційно можуть бути незручними або принизливими. Іншими словами, співрозмовник не намагається створити позитивне враження, а просто не хоче виглядати погано і тому применшує свої якості за допомогою скромних самоописів. Якщо порівнювати із оборонним, захисний стиль самопрезентації не містить активних спроб відновити позитивні враження про образ. Співрозмовники радше знижують стандарти та дають собі скромну оцінку, роблять пассивні спроби уникнути негативних вражень.

Самоглузування передбачає, що адресат та адресат є однією і тією ж особою і жарт ініціюється самим мовцем. Коли люди говорять про свої безглузді вчинки, вони часто звертаються до гумору. Спрямовуючи гумор проти себе, людина має на увазі, що вона слабка і визнає це, а оскільки вона визнає певні недоліки це свідчить про її силу, отож ця тактика насправді є величезною стратегічною перевагою, котра служить позитивному обличчю співрозмовника.

Коли ведучий П. Морган запитує Далай Ламу про те чи він користується сучасними засобами зв'язку, співрозмовник вдається до самоглузування говорячи про свою некомпетентність:

*MORGAN: Have you ever used a cell phone?*

*DALAI LAMA: No. Occasionally, someone — might talk with someone, including Bush.*

*MORGAN: So if a president calls, you'll use a cell phone.*

*DALAI LAMA: Yes ... I've had, you see, when I talk, that should be here. When I listen, should be here. Then someone told me, not necessary. (LAUGHTER)*

Саморозкриття визначається як "інформація про себе, котра вербально передається іншим" [4, с. 192]. Цей завбачливий підхід "говорити якомога менше" дозволяє уникнути відповіді на запитання і, у такий спосіб, уникнути критики. Гумор відіграє ключову роль у цій стратегії самопрезентації, оскільки дозволяє відійти від приватних тем. До прикладу, як це робить колишній державний секретар США Кондоліза Райс, коли ведучий запитує про її вік:

*MORGAN: What are you 30?*

*RICE: Thank you.*

*MORGAN: Thirty-nine?*

*RICE: We'll leave it at that.*

Очевидно, що К. Райс не бажає відповідати на запитання ведучого, тому переводить його першу спробу вгадати її вік на комплімент, а коли він додає ще з десяток років, просить на цьому зупинитись, використовуючи при цьому сталій вираз.

Окрім самоглузування та мінімального саморозкриття, запропонованого Н. Кансу-Єткінер, ми виявили ще один метод захисної самопрезентації – це применшення важливості загальноприйнятих цінностей та норм (trivializing). Наприклад, коли ведучий П. Морган запитує О. Вінфрі про те чи вона ніколи не хотіла одружитись, телеведуча переводить цю ситуацію на жарт та прирівнює весілля із звичайнісінькою вечіркою:

*MORGAN: You never hanker for that moment in the wedding dress and the church and bells and a big cake?*

*WINFREY: And that's why everybody's getting married because they — you know what? When you get the hankering for the cake and the wedding dress, throw yourself a party and get yourself a really nice gown. That's what I say (LAUGHTER) And that way you don't have to put up with all the rest of it. Throw yourself a party.*

Отож, гумор є одним із яскравих засобів творення позитивної самопрезентації та дієвим способом ввічливого ухиляння від відповіді на провокативне або небажане запитання. Дослідження показало, що найчастіше звертаються до стверджувального (54%) та захисного (28%) стилю самопрезентації, рідше до оборонного (11%) та наступального (7%). Гумор твориться спільно та включає численні мотиви обличчя мовця та слухача.

#### Література:

1. Boxer D., Cortes-Conde F. From bonding to biting: Conversational joking and identity display / D. Boxer, F. Cortes-Conde // Journal of Pragmatics. – 1997. – №27. – P. 275-294.
2. Brown, P., Levinson S. Politeness Some Universals in Language Usage [Text] / P. Brown, S. Levinson. – Cambridge : Cambridge University Press. – 1987. – 345 p.
3. Crawford M. Gender and humor in social context / M. Crawford // Journal of Pragmatics. – 2003. – №27. – P. 1413-1430.
4. Holtgraves T. (1990). The language of self-disclosure / T. Holtgraves // Handbook of Language and Social Psychology. – New York, 1990 – P. 191-207.
5. Kansu-Yetkiner N. Blood, Shame and Fear: Self-Presentation Strategies in Turkish Women's Talk about their Health and Sexuality / N. Kansu-Yetkiner, 2006. – 191 p. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://dissertations.ub.rug.nl/faculties/arts/2006/Kansu-Yetkiner/>
6. Piers Morgan Tonight. CNN [Електронний ресурс] Режим доступу до інтерв'ю : <http://transcripts.cnn.com/TRANSCRIPTS/pmt.html>
7. Schütz A. Assertive, Offensive, Protective, and Defensive styles of Self-Presentation: a taxonomy / A. Schutz // Journal of psychology interdisciplinary and applied. – 1998. – P. 32-41.
8. Zajdman A. Humorous face-threatening acts: Humor as strategy / A. Zajdman // Journal of Pragmatics. – 1995. – №23 – P. 325-339.