

Nikolina Palašić

KOMUNIKACIJSKA VRIJEDNOST IRONIJE

Dr. phil. Nikolina Palašić, Filozofski fakultet, nikolina.palasic@uniri.hr, Rijeka

izvorni znanstveni članak

UDK 1:81

1:316.77

rukopis primljen: 24. 3. 2015.; prihvaćen za tisak: 21. 5. 2015.

Ironija je u svakodnevnom govoru vrlo uobičajena pojava, i to do te mjere da je ponekad i ne primjećujemo, odnosno ne pridajemo joj neku komunikacijsku važnost ili je pak izjednačavamo s duhovitošću. S druge pak strane za neke ćemo osobe reći da su iznimno ironične, a nerijetko ćemo upravo tu osobinu svrstati među manje poželjne crte njihove ličnosti. O ironiji se u znanosti raspravlja već stoljećima i u okviru su tih rasprava nastali različiti pristupi i različita tumačenja, što samo pokazuje koliko je ironija komunikacijski intrigantna, a istovremeno vrlo kompleksna i neuhvatljiva pojava. U ovome ćemo se radu dotaknuti nekih pristupa ironiji te ćemo pokušati pokazati zbog čega nijedan od njih nije ni potpun ni konačan. Posebno ćemo se pozabaviti pitanjem je li ironija doista indirektni govorni čin, kako se u literaturi često klasificira, te ćemo pokušati odrediti koji se komunikacijski aspekti trebaju uzeti u obzir da bi se ironija na adekvatan način mogla analizirati iz pragmalingvističke perspektive. Osim toga naznačit ćemo neke komunikacijske ciljeve za čije se ostvarenje ironija često koristi, koje oblike ona pritom poprima i koji su njezini konstitutivni elementi, odnosno koje se pretpostavke moraju ispuniti da bi interpretacija nekoga ironičnog iskaza bila uspješna.

Ključne riječi: ironija; kritika; opće znanje; smisao; govorni čin

1. Neki pristupi ironiji (i njihovi nedostaci)

Znanstveno istraživanje ironije seže daleko u prošlost i vrlo je heterogeno. Ironijom su se bavile (i bave se) najrazličitije znanstvene discipline – antropologija, književnost, lingvistika, kognitivna psihologija, psihologija jezika, klinička psihologija, filozofija, kulturologija, retorika odnosno stilistika i još brojne druge. Ta pojava dakle već stoljećima intrigira znanstvenike iz najraznorodnijih disciplina, no još uvijek ne možemo reći da postoji cjelovita teorija koja bi taj zapravo svakidašnji komunikacijski fenomen obuhvatila u svim njegovim aspektima.

Ironija se kao komunikacijska strategija spominje još u doba antike¹, gdje je označavala tehniku ismijavanja, postupak kojim se služe lažljivci i rabulisti (Lapp 1992: 18). Nakon tih prvih, antičkih značenja ironija se dugo vremena, sve do početka 18. stoljeća, smatrala tek figurom govora i bila je rezervirana za područje književnosti. Oblici ironije koji su se realizirali u svakodnevnoj komunikaciji nisu se identificirali kao ironija i imali su druge nazive (npr. podsmijeh, izrugivanje). U 18. i posebice početkom 19. stoljeća ironijom su se počeli nazivati i oblici podrugljivoga izražavanja, dakle termin je u to vrijeme zaživio i izvan područja književnosti (usp. Muecke 1986: 20ff). Zadnjih su se desetljeća fenomenom ironije osim teoretičara književnosti bavili uglavnom filozofi jezika kao i pragmatlingvisti, polazeći prvenstveno od teorije govornih (indirektnih) činova i implikatura. Prema takvim se istraživanjima ironijom prvenstveno obilježava komunikacijska strategija kojom govornik kaže jedno, misli upravo suprotno, a na sugovorniku je da putem konverzacijske implikature otkrije o čemu je zapravo riječ. U tom smislu ironija najčešće služi za iskazivanje implicitne kritike (Schwarz-Friesel 2009: 223).

Jedna od temeljnih razlika između antičke i suvremene ironije leži upravo u načinu na koji se tretiraju signali kojima se ukazuje na to da se neki iskaz ima tumačiti kao ironičan. I u jednom i u drugom slučaju riječ je, dakako, o pretvaranju, no suvremeni govornik pritom adresatu jasno daje do znanja da se pretvara. Prema Weinrichu (2000: 63)² signali su ironije jednako konstitutivni za nju kao i poruka koja se njome odašilje. Signali se ironije mogu odašiljati i verbalnim i neverbalnim putem, a prema njegovu mišljenju signale mogu predstavljati prozodijske posebnosti, smione metafore, gomilanje bombastičnih izraza, ponavljanje riječi ili – u tiskanome tekstu – kurziv i navodnici kao i razni neverbalni znakovi poput namigivanja, nakašljavanja, mimičkih pokreta i tome slično. Za razliku od njega Lapp (1992: 30) kaže da praktički *sve* može poslužiti kao signal ironije, tako da je broj i verbalnih i neverbalnih elemenata u tom smislu beskonačan. Postoje naime brojne artikulacijske mogućnosti kojima se mogu markirati ironični iskazi u govoru, no ne postoje specifični markeri koji bi se upotrebljavali samo za signalizaciju ironije. Drugim riječima, svaki se signal može interpretirati samo u

¹ Najraniji zapisi o ironiji datiraju iz antičkoga vremena i vezuju se uz Sokratov način govora. No čak i prije negoli nam je Aristofan, opisujući Sokrata, donio sam naziv „ironija”, način izražavanja koji se ne smije shvatiti „doslovno” pronalazimo čak i u Homerovim tekstovima. Sokratova je ironija danas poznata kao tzv. pedagoška ironija, jer ona je zapravo služila poučavanju sugovornika; Sokrat je naime u polemiziranju sa svojim suvremenicima glumio neznanje i dopuštao je da ga njegov sugovornik „poučava”. Potom bi sugovorniku počeo postavljati vrlo ciljano pitanja, na koja ovaj nije mogao dati zadovoljavajući odgovor, pa bi tako i sam shvatio da mu njegovo znanje zapravo nije valjano. U tom je smislu dakle Sokrat na ironičan način podučavao svoje sugovornike, odnosno koristio se ironijom u pedagoške svrhe (usp. Lapp 1992: 18, 19). Sokratova je maksima bila *Znam da ništa ne znam*, a prema Bagiću (2012: 162) ona se može tumačiti kao vrhunski primjer ironije.

² Weinrichov je pristup uvelike određen strukturalističkim načinom razmišljanja i u njegovim se interpretacijama ironije jasno vidi potreba za sistematiziranjem. Osim nabranjanja signala koji prate ironične izjave uspostavio je i tezu o trijadičnom odnosu u ironičnoj komunikaciji, odnosno osim pošiljatelja i recipijenta za ironičnu je komunikaciju smatrao konstitutivnim i treću osobu (*žrtvu*), naime onu na koju se ironija odnosi (2000: 65).

kontekstu određenoga govornog čina u kojemu je upotrijebljen³; svako je poopćavanje zapravo besmisleno jer sistematizacija takvih sredstava ne bi poslužila nikakvoj svrsi niti bi pridonijela boljem shvaćanju ironije.

Bez obzira na postojeće brojne pristupe ironiji možemo se načelno složiti oko toga da onaj tko ironizira svojom izjavom prezentira nešto što zapravo ne misli ili, kako kaže Stojanović (1984: 15), na znanje daje manje od onoga što nalaže iskrenost. Dakle važan aspekt ironije sastoji se u tome da takva izjava osim ekspliciranoga teksta u sebi ne samo da nosi neku sadržajnu suprotnost već je ona zapravo i važna poruka o pošiljateljevu stavu. Recipijent mora biti u stanju prepoznati to suprotno značenje, koje je u biti ono pravo. No to nije jednostavno iako postoje, kako smo upravo rekli, određeni signali koji nam mogu olakšati prepoznavanje. Naravno, ti signali ne smiju opet biti previše očiti, jer to bi uništilo svaki potencijal ironije kao neizravnoga govornog čina (Bollnow 1958: 152).

Jedan od prvih pragmatičkih pristupa tumačenju ironije nalazimo kod Cutler (1974), koja je pokušala opisati ironiju kroz primjere nekih svakodnevnih izjava. Na temelju toga empirijskog pristupa Cutler je zaključila da postoje dva tipa ironičnih iskaza – oni u kojima nema pozivanja na nešto prethodno rečeno i oni koji su izravna reakcija na neki prethodni iskaz. Ironične iskaze koji nisu reakcija na neki prethodni govorni čin Cutler (1974: 117) naziva spontanom ironijom (*spontaneous irony*), a one koji su nastali kao reakcija na neki govorni čin naziva eho-ironijom ili isprovociranom ironijom (*provoked irony*). Iako je njezino istraživanje obilježeno (ne baš uspješnim) pokušajima sistematizacije ironije, poslužilo je svrsi već i po tome što je ono pokazalo, barem u segmentu koji se odnosi na spontanu ironiju, do koje smo mjere bespomoćni ako se u tumačenju ironije ograničimo samo na semantičke kriterije nekog iskaza, kao što se to neko vrijeme (bezuspješno) pokušavalo.⁴

Cutler je u svom istraživanju spomenula još jedan bitan element ironije, a to je njezin *lokalni*, odnosno *globalni* efekt. Prema njezinu shvaćanju rečenice koje imaju jednostavnu strukturu – subjekt, predikat (i eventualno objekt) – imaju globalni ironični efekt, dok rečenice s kompleksnijom strukturom ironični efekt obično fokusiraju u značenju jednog elementa.

Ako primjerice kažemo *Ivan više ne ide na onaj svoj zabavni ples* i pritom posebnom intonacijom naglasimo riječ *zabavni*, čime sugovorniku dajemo do znanja da taj ples zapravo smatramo dosadnim, možemo govoriti o lokalnom efektu. Naime u tom iskazu vidimo da se ironični efekt ne odnosi na cijelu propoziciju, jer nam od presudne važnosti nije to što Ivan ne ide na ples, već je u fokusu tvrdnja da ples uopće nije ni bio zabavan.

³ Signali ironije, smatra Bagić (2012: 160), takve su prirode da se mogu i registrirati, ali i prečuti, jer oni pripadaju posebnome kodu, kako kaže Weinrich (2000: 66), kodu koji razumiju samo oni oštroumniji i obrazovaniji.

⁴ Osim Weinricha iz semantičke su perspektive ironiji pristupili primjerice Muecke (1969) i Booth (1974), a njihova se istraživanja uglavnom svode na to da je ironija figura govora koja eksplicira suprotnost od onoga što se doista misli.

Zanimljivo nam je ovdje uočiti da su globalni i lokalni ironični efekt povezani s Austinovim tumačenjem presupozicije.⁵ Naime vidimo da u je takvim (kompleksnijim) rečeničnim strukturama ironični efekt sadržan u presupoziciji, točnije u *presupozicijskoj implikaturi*. Drugim riječima, kada bismo negirali tu rečenicu, presupozicijska implikatura ostala bi ista: *Ivan još uvijek ide na onaj svoj zabavni ples*. Ironija dakle u takvim slučajevima nije sadržana u samoj propoziciji, već samo u jednom dijelu propozicije, odnosno u presupoziciji.

Na tragu je takva načina razmišljanja i Lapp (1992), koji pak razlikuje ironiju usmjerenu na asertivnost i ironiju usmjerenu na presupoziciju. Ironija u lokalnom efektu jednaka je ironiji sadržanoj u presupoziciji i ona se ne poništava promjenom ilokucije (primjerice ako tvrdnju *Ivan više ne ide na onaj svoj zabavni ples* promijenimo u pitanje *Ne ide li Ivan više na onaj svoj zabavni ples?*), dok je ironija u globalnom efektu usmjerena asertivnosti i neotporna je na promjenu ilokucije (primjerice ako za nekoga koga smatramo glupim kažemo *Kakav genijalac!* te tu izjavu promijenimo u, recimo, pitanje *Je li on genijalac?*), ironični se efekt gubi).

Još je jedan od pionira pragmalingvističkoga pristupa interpretaciji ironije shvatio da jednostavno objašnjenje kako se ironičan iskaz zapravo ima shvatiti kao suprotnost od onoga što je rečeno nije samo po sebi dovoljno da bismo adekvatno opisali tu komunikacijsku pojavu. Riječ je o Halvorsenu (1976: 94), koji je utvrdio da jednostavna negacija propozicije ne dokazuje ništa, već da je ironično značenje nekog iskaza zapravo funkcija koju predikat doslovnoga značenja preslikava na svoju semantičku opoziciju. Ako za primjer uzmemo ironičnu izjavu *On je genijalac* (pri čemu govornik misli na neku ne baš jako pametnu osobu), pravo značenje toga iskaza prema Halvorsenu nije prosta negacija, dakle *On nije genijalac*, već je prava poruka *On je idiot*. Problematično je u njegovoj teoriji to što on polazi od tvrdnje da samo izrazi s jasnom semantičkom opozicijom (dakle oni koji počivaju na antonimskom odnosu) mogu predstavljati dobar materijal za izgradnju ironije, pa utoliko njegova solidna početna zamisao ostaje nedorečena i gubi na vjerodostojnosti već i pri samom suočavanju s ironičnim retoričkim pitanjima tipa: *Možeš li još sporije?* (primjerice u slučaju kada netko iznimno polako hoda). No Halvorsen je u svojoj kasnijoj fazi istraživanja u nekoliko naznaka spomenuo jezično djelovanje kao važnu komponentu, čime je jedan od prvih koji je na neki način primijenio pragmalingvistički pristup u razmatranju ironije. Pritom se pozvao na Griceov model konverzacijskih implikatura, dakle u istraživanje je uključio i situacijski kontekst (usp. i Lapp 1992: 38).

Prema nekim mišljenjima ironija se pojavljuje u sekvencijalnim strukturama, odnosno kao reakcija na neki prethodni govor, kako smo već dijelom vidjeli i u pristupu Cutler (1974). Dakle ironija donekle pretpostavlja i određenu intertekstualnost, što će

⁵ Pojam presupozicije potječe od Petra Strawsona, iako ga je prvi upotrijebio Gottlob Frege (usp. Ernst 2002: 31), a u lingvistici ga je u svojim izlaganjima napose razradio Austin. Prema njegovoj teoriji presupozicija je smislena pretpostavka koja se u nekom govornom činu ne tematizira, ali je važna za njegovo razumijevanje. Presupozicija je onaj dio govornoga čina koji se, najjednostavnije rečeno, podrazumijeva, odnosno postoji u zajedničkom znanju sugovornika te nema veze s uvjetima istinitosti nekog iskaza (ibid., 36).

reći da ironija u načelu ne može postojati sama za sebe. U tom smislu razvijena je i tzv. *Echoic Mention Theory*, čiji su autori Sperber i Wilson (1981: 312), a koja tvrdi da se svaki ironični izraz oslanja na nešto što već postoji. Ta se teorija uglavnom svodi na to da se o ironiji može govoriti jedino kada govornik neki iskaz ne upotrebljava u uobičajenom smislu, već njime nešto citira, spominje, dakle reaktivira nešto što već postoji. Tim spominjanjem govornik automatski iskazuje svoj negativan stav prema izvoru toga citata, koji može biti neka osoba, okolnost ili događaj.

S tom se teorijom možemo složiti samo donekle, odnosno pri razmatranju ironičnoga iskaza možemo reći da je potreban neki prethodni element, ali se on nikako ne mora odnositi na neki konkretan iskaz, događaj ili osobu, već tu ulogu prethodnoga elementa mogu preuzeti uloge i konvencije⁶ (usp. Hartung 1998: 50). Osim toga ironijom se nipošto ne iskazuju samo negativni stavovi.

Kako vidimo iz dosadašnjih opisa, ironija je iznimno zahtjevna komunikacijska kategorija koja dopušta velik broj mogućih interpretacija, pa samim time otvara i niz mogućih reakcija sugovornika.⁷ Stoga usprkos svim pokušajima usustavljanja potencijalnih signala ironije te manje ili više uspješnim opisima uvjeta u kojima se ironija pojavljuje moramo ustvrditi da svi ti pokušaji funkcioniraju tek jednim dijelom, odnosno da se uvijek može pronaći neki primjer uporabe ironije koji se ne može svrstati u postojeće kategorije. Možda je stoga vrijeme da odustanemo od takvih zahvata – jasno je da znanstveno istraživanje zahtijeva egzaktnost i preciznost, no kada je o međuljudskoj komunikaciji riječ (a upravo se u tom okviru ironija pojavljuje), moramo se nužno pomiriti s činjenicom da ona izmiče strogo zadanim pravilima i da je u brojnim svojim segmentima neuhvatljiva. Stoga ovdje i nećemo pokušavati ironične iskaze klasificirati i ugurati ih u neke krhke i za potrebe jednoga određenog pristupa stvorene okvire, koji bi

⁶ Poznato je da se neke rečenične strukture, dakle konkretni izrazi, pojavljuju jedino kao ironični iskazi, no ipak ih ne možemo klasificirati prema njihovim sintaktičkim ni semantičkim vrijednostima, već njihovu pojavu možemo objasniti uvodeći pojam konvencije. Takvi se izrazi dakle konvencionalno pojavljuju jedino kao ironija (npr. *I ti si mi neki prijatelj!*). Konvencionalizirani ironični iskazi predstavljaju zapravo „okamenjene” oblike ironije, za čije razumijevanje nije potreban nikakav specifičan kontekst ni neki zasebni signali kojima bi se ukazivalo na to da se iskaz treba interpretirati kao nedoslovan. U nekim se radovima takvi oblici nazivaju „habitualiziranom ironijom”. U njih se osim toga ubrajaju klasična *pohvala kao pokuda* (npr. *Baš si mi pravi junak!* u situaciji kada se majka obraća djetetu koje se, ugledavši psića, od straha sakrilo iza nje), retoričko pitanje, afektirana skromnost, ironično ponavljanje, klimaks, antiklimaks i dr. (usp. Müller 1995: 159 ff).

⁷ Moglo bi se naime u kontekstu komunikacijske uloge ironije promišljati i o situacijama koje uključuju ironijske iskaze koji ne ostvaruju svoj komunikacijski cilj, odnosno koje potencijalni recipijent ne dekodira na način na koji ih je kodirao emitent. Takvim se iskazima, načelno, ne može odreći njihova ironičnost, ali oni ne vrše svoju komunikacijsku ulogu, već „zajpinju” na putu od emitenta do recipijenta, te zahtijevaju dodatne komunikacijske signale kako bi ispunili svoju svrhu. Ukoliko takvi signali (ponavljanje uz pretjerano naglašavanje nekog dijela iskaza, parafraziranje i sl.) izostanu, dolazi do nesporazuma. Do nesporazuma u komunikaciji dolazi i u obrnutu slučaju – naime kada pošiljalac nema nikakvu namjeru postići ironiju iskazu, a recipijent ga dekodira upravo kao ironičan, i to na temelju pogrešno protumačena tona, parajezničnog signala ili, neovisno o situacijskom kontekstu, na temelju neke svoje pretpostavke. Takvi komunikacijski nesporazumi zahtijevaju (i zaslužuju) puno više prostora od onog koji im u ovome radu na temelju formalnih ograničenja možemo pružiti, pa se ovdje nećemo detaljnije baviti njima, već ih ostavljamo za eventualna buduća promišljanja o komunikacijskom vrijednosti ironije.

se ionako raspali pri svakom pokušaju dubljega tumačenja, već ćemo samo naznačiti neke komunikacijske situacije u kojima se ironija pojavljuje te pokušati opisati pojedinačne funkcije i karakteristike koje ona u nekom komunikacijskom segmentu može imati. U tom ćemo je smislu za početak razmotriti u kontekstu teorije govornih činova.

2. Je li ironija indirektni govorni čin?

Pragmalingvistika se u proučavanju ironije fokusirala na istraživanje njezinih kako verbalnih tako i neverbalnih signala. Pođemo li od Griceovih konverzacijskih implikatura, ironiju možemo opisati kao govorni čin kojim se krši maksima kvalitete. Sugovornik dakle u kontekstu neke izjave mora potražiti uvjete u kojima govornika smatra komunikacijski relevantnim i kooperativnim, dakle mora se pozvati na opće znanje i konkretan kontekst te na taj način izvesti konverzacijsku implikaturu. Drugim riječima, ironični iskazi zahtijevaju reinterpetaciju, a ona se u svom najjednostavnijem obliku odnosi upravo na suprotnost iskazanoj propoziciji (npr. izjava *Baš krasan dan* u slučaju kada zapravo orkanski vjeter čupa stabla ili *To ti je jako pametno* u situaciji kada sugovornik napravi neku očitu glupost). No tvrdnja da se ironija može odrediti prema tomu ima li neki dio propozicije svoju semantičku suprotnost ili pak mislimo li obrnuto od onoga što smo rekli ne stoji, jer takve slučajeve nalazimo i u drugih, neironičnih tipova jezičnoga djelovanja, primjerice kod laži⁸.

Kod ironije je evidentna disproporcija između onoga što osoba kaže i onoga što doista misli – disproporcija u stavu i propoziciji, a upravo takva disproporcija postoji i kod laži. No iako imaju tu zajedničku karakteristiku, ironija „(...) nije laž. Ona je pseudopseudologija, laž koja samu sebe poništava u trenutku kada je izgovorena” (Bagić 2012: 159). Može se reći da temeljna razlika laži u odnosu na ironiju leži zapravo u primaocu poruke odnosno u načinu na koji on tu poruku treba interpretirati. Pošiljalac ironičnoga iskaza naime ne želi da primalac stvori neku implikaturu koja je u suprotnosti s propozicijom, već da pođe od pretpostavke da se pritom ne krši maksima kvalitete, odnosno da je njezino kršenje tek privid. Pri odašiljanju ironičnoga iskaza govornik ne samo da je uvjeren da propozicija ne odgovara uvjetima istinitosti već vjeruje da i slušalac zna da ona ne odgovara uvjetima istinitosti, te često nekim drugim signalima (promjenom tona, migom i sl.) daje do znanja da on samo simulira neiskrenost, što će reći da je kod ironije riječ o simuliranom pretvaranju, a kod laži je riječ o

⁸ Kada govorimo o laži, nužno se nameće i pitanje iskrenosti. Grice (1978: 116) u svojim dodacima vlastitoj teoriji tvrdi da u slučaju ironije možda možemo govoriti o neiskrenosti u samoj propoziciji, no u tonu kojim se iskazuje ironija često nema elemenata neiskrenosti, dakle ironični je iskaz u svom tonu u potpunosti iskren. Prema njegovu mišljenju kod laži to nije slučaj. No ovdje se opet možemo zapitati što se događa kada se istovremeno, u istom iskazu koriste i laž i ironija. To se primjerice događa kada govornik glumi ironičan stav – dakle iskaz je ironičan i sadrži čak i jasan signal ironije, a stav govornika je neiskren, odnosno on svoj ironični iskaz generira samo kako bi postigao neki trenutni komunikacijski konformizam, a zapravo je njegov stav posve suprotan impliciranoj propoziciji, odnosno podudara se s doslovnim značenjem eksplicitnoga iskaza. Takav oblik ironije-laži čest je u komunikacijskim činovima u kojima među sugovornicima postoji vrlo izražen odnos subordinacije, ali se pojavljuje u koordiniranim odnosima, primjerice u komunikacijskom činu trača.

simuliranoj iskrenosti (Schwarz-Friesel, 2009: 226). U tom se smislu ovdje usuđujemo ustvrditi da je prema načinu prezentacije gore spomenuta Sokratova *pedagoška* ironija zapravo laž jer on sugovorniku ni na koji način nije signalizirao da bi propozicijski sadržaj trebalo tumačiti nekako drugačije.

Vrlo se često u literaturi koja tematizira ironiju kao komunikacijski čin nailazi na tvrdnju da je ona neka vrst indirektnoga govornog čina. Iako nam je to vrlo lako povjerovati i lako je pronaći na prvi pogled valjane argumente za to da ona to doista jest, ne možemo je smatrati indirektnim govornim činom u smislu kako je taj pojam definirao Searle (1979: 32, 33). Naime kod indirektnih govornih činova jednim se tipom ilokucije iskazuje zapravo neki drugi tip ilokucije. Pritom je tzv. sekundarna ilokucija verbalno iskazana, dakle je eksplicitna, a tzv. primarna je ilokucija ona koju trebamo shvatiti iz konteksta. Klasičan primjer indirektnoga govornog čina jest pitanje *Možeš li mi dodati sol?*, gdje je sekundarna ilokucija pitanje, a primarna jest zahtjev ili molba. Kada je o ironičnim iskazima riječ, ne možemo tvrditi da u nekom ekspliciranu tipu ilokucije trebamo tražiti drugi tip ilokucije. Ako za primjer uzmemo ironičan iskaz tipa *Kakav genijalac!* (u situaciji kada se netko glupo ponaša), zaključit ćemo da je riječ o jednom te istom tipu ilokucije (izjavi), no postoji razlika u onome što taj iskaz eksplicira i u onome što implicira, a to s tipom ilokucije nema nikakve veze. Dakle o indirektnom je govornom činu riječ kada situacija od nas zahtijeva reinterpetaciju ilokucije, dok kod ironije može biti riječ o tome da se ilokucija mijenja, ali i ne mora. Kada je o ironičnom iskazu riječ, ne možemo stoga tvrditi da pravo značenje dobivamo tako da iskaz zamijenimo direktnim govornim činom s nekom drugom ilokucijom (usp. i Eggs 1979: 433). U najboljem slučaju ironiju možemo dakle smatrati nedirektnim govornim činom, odnosno njezinu disocijaciju između propozicije i stava trebamo nazvati nekako drugačije da bismo izbjegli gore opisanu terminološku zamku.

Kako bismo iz pragmalingvističke perspektive opisali ironiju, u klasičnu se teoriju govornih činova moraju uključiti još neki aspekti (osim situacijskoga konteksta moramo u obzir uzeti i kognitivnu i psiholingvističku perspektivu, odnosno pozabaviti se pitanjem stavova i emocija koje se kriju u pozadini ironičnoga iskaza). Pritom možemo reći da ironija zapravo uopće ne postoji kao vrsta govornoga čina jer ne postoje konkretni signali koje bismo na čisto semantičkoj razini mogli proglasiti isključivo signalima ironije ili pak takvima koji neupitno ukazuju na činjenicu da je neki izraz ironičan. Primjerice izraz *Dobro jutro!* (u slučaju kada netko konačno shvati o čemu je riječ) kao ironičan možemo shvatiti samo u danoj situaciji i zahvaljujući nekim drugim (fonetskim, kontekstualnim i neverbalnim) signalima, a nikako na temelju semantičkoga opisa ili pak neke opozicije, odnosno suprotnoga značenja od onoga koje ima propozicija (dakle tim izrazom ne mislimo zapravo reći *Laku noć!*).

Stoga jedan od aspekata koji je nemoguće zaobići pri proučavanju ironije predstavljaju i fonetska obilježja ironičnoga iskaza, dakle njegova intonacija. Fonetskim markiranjem odnosno naglašavanjem pojedinoga dijela iskaza ne signalizira se samo to da se neki iskaz ima protumačiti kao ironičan već se ujedno jasno ukazuje na mjesto iskaza

koje funkcionira kao nosilac ironije. Intonacijski signal trebao bi u recipijenta pobuditi sumnju u doslovno značenje rečenoga, no pritom treba imati na umu da taj signal nije nužno jedini (a često ni dostatan) nosilac ironičnoga značenja nekoga iskaza, već se nerijetko kombinira s nekim drugim čimbenicima, primjerice parajezičnim signalima te elementima sadržanim bilo u situacijskom kontekstu bilo u zajedničkom znanju sugovornika. Kao ilustraciju takva slučaja možemo uzeti primjer neke osobe A koja uvijek kasni i osobe B koja je uvijek mora čekati. Pri njihovu susretu osoba B kaže *Oh, već si tu!* s naglaskom na *već*. Osoba kojoj je poruka upućena shvatila bi ovakvu izjavu kao ironičnu i bez posebna intonacijskog markiranja, dakle ono u tom slučaju predstavlja, strogo uzevši, višak informacija (koji, naravno, može poslužiti kao dodatno osiguranje pravilna tumačenja poruke). Neka treća osoba koja bi u prolazu mogla čuti istu tu rečenicu ne bi je, usprkos intonaciji, nužno morala protumačiti kao ironičnu jer ne raspolaze zajedničkim iskustvom koje dijele druge dvije osobe. S druge pak strane intonacija je ponekad isključivi signal kojim se ukazuje na prisutnost ironije u nekom iskazu, što možemo primjerice vidjeti u izrazu *Baš se radujem!* s naglaskom na *baš* u slučaju kada primjerice osoba A osobi B priopći vijest o nekom uspjehu osobe C, a pritom ne zna da osoba B ima generalno negativno mišljenje o osobi C. U takvu dakle slučaju samo intonacija može signalizirati osobi A da značenje iskaza treba shvatiti kao suprotnost onome što je sadržano u njegovoj propoziciji, odnosno kao ironiju. Intonacija kao pokazatelj ironije od neizostavne je važnosti i pri tumačenju ranije spomenute isprovocirane ironije (*eho-ironije*), koja svoje postojanje temelji na referiranju na neku prethodnu izjavu. U takvu su slučaju posebno zanimljivi primjeri ponavljanja cijelih iskaza (neke druge osobe), pri čemu se fonetskim markerima (ekstremnim naglašavanjem neke riječi, razvlačenjem pojedinih slogova, oponašanjem tuđe boje glasa, načina govora i sl.), nerijetko u kombinaciji s parajezičnim signalima (primjerice značajnim pogledom, podizanjem obrva, kimanjem glavom ili nekom grimasom) iskazuje negativan stav prema autoru izvornoga iskaza, dakle upućuje se na potrebu za ironičnom interpretacijom rečenoga. Kako vidimo, intonacija sama po sebi ponekad ne predstavlja dostatnu uputu kako tumačiti neki iskaz, no vrlo se često koristi kao dodatna markacija ironije.

3. Što je onda konačno ta ironija?!

Velik broj pokušaja definiranja ironije kao i određivanja uvjeta njezina nastanka barata upravo pojmovima *suprotnost* i *negacija*, no kako smo vidjeli, tim se dvama aspektima ne mogu obuhvatiti svi slučajevi uporabe ironičnih iskaza jer s jedne strane ponekad negacija jednoga pola ne znači nužno afirmaciju drugoga pola nekog iskaza, a s druge se strane na taj način iz vida ispuštaju drugi aspekti koji utječu na nastanak i razumijevanje ironične poruke, poput konteksta i zajedničkoga znanja. Iako se može načelno reći da se ironijom kaže ono što se ne misli, pa u tom smislu možemo govoriti o nekom tipu negacije, ipak treba imati na umu da pritom nije riječ o logičkoj negaciji (ne pokušavamo naime poništiti istinosnu vrijednost nekoga iskaza), a nije riječ ni o

negaciji rečenice, jer ona bi značila jednostavno negiranje propozicije (usp. Hartug 1998: 161).

Dakle možemo se pitati sljedeće: Ako ironija nema neku praktičnu svrhu, poput svrhe kakvu je imala Sokratova pedagoška ironija, čemu onda uopće potreba za njom? Ironija je u neku ruku maska koja nam služi da u danom kontekstu ne pokažemo izravno ono što doista mislimo, da ne pokažemo, uvjetno rečeno, pravoga sebe. Već je Nietzsche (1988: 52) u jednome od svojih eseja govorio o ljudskoj potrebi za pretvaranjem, o potrebi da svoj vlastiti karakter ostavimo postrani te o tome kako smo u stanju izvesti prilagodbe najrazličitijih vrsta – sve to možda i nije samo gluma, već najdublja ljudska potreba.⁹ U tom smislu možemo reći da i sama ironija uključuje sposobnost igranja neke uloge (naime nisu svi ljudi u stanju biti ironični i ne razumiju svi ironiju)¹⁰, koja nerijetko proistječe upravo iz nedostatka želje, pa čak i moći, koja bi nas navela ili nam omogućila da pokažemo i eksplicitno iskažemo ono što doista mislimo, ali i osjećamo.

Ovime smo se dotakli još jedne komponente ironičnih iskaza, naime one emocionalne, koja se u literaturi iznimno rijetko spominje, što ne začuđuje s obzirom na to da su se emocije i njihova manifestacija u komunikaciji općenito dugo vremena smatrale nepodobnim materijalom za bilo kakvu znanstvenu analizu. Pa ipak, kada je o ironiji riječ, već je i Grice (1978: 115) ustvrdio da se u ironičnim iskazima (ili u onome što stoji iza njih) trebaju potražiti i emocionalni signali. On je naime u kasnijim svojim promišljanjima malo proširio svoje prvotno shvaćanje ironije kao kršenje maksime kvalitete i pritom nastajuće implikature, pa je rekao da se kod ironije uvijek radi o izražavanju emocije, stava ili evaluacije te da je ona povezana s neprijateljskim ili ponižavajućim sudom.¹¹ Sperber i Wilson u istom su smislu u svom proučavanju ironije kao *echoic utterance*¹² naglasili kako je bitno razumjeti da govornik može iskoristiti ironiju (ili koji drugi *echoic utterance*) kako bi izrazio „(...) a whole range of attitudes and emotions, ranging from outright acceptance

⁹ Istovremeno je Nietzsche u drugim svojim promišljanjima, kada je ironiji pokušao vratiti njezinu pedagošku funkciju, kakvu je imala u Sokrata, upozorio na njezinu štetnost za ljudski karakter: „Navikavanje na ironiju (...) uostalom kvari karakter; ona postepeno stvara osobinu zlobne nadmoćnosti: čovjek nakraju postaje sličan razdražljivome psu, koji je osim zadavanja ugriza naučio i smijati se.” (1988: 260)

¹⁰ Dok se lingvistička istraživanja ironije temelje uglavnom na nekom općem znanju odnosno kognitivnim shemama (*common sense*), psihologija tu podrazumijeva i jednu drugu komponentu, koju je naglasio još i Freud (1989: 275–282), a to je ironijska kompetencija. Pritom je riječ o sposobnosti koja ne uključuje samo jezične već i socijalno-interakcijske vještine. Psiholingvistička istraživanja na sličan način pokazuju kako se sposobnost razumijevanja ironije izravno vezuje uz emocionalnu inteligenciju.

¹¹ Iako brojni autori ironiji pripisuju isključivo negativno vrednovanje (primjerice Hartung ironiju definira kao *indirektno negativno vrednovanje* (2006: 119)), ovdje se ograđujemo od mišljenja da se ironičnim iskazom upućuje samo na negativno. Naime smatramo da ironični iskaz, pored svih ostalih navedenih čimbenika, uvelike određuje i stav govornika, a njegov stav prema osobi kojoj je iskaz upućen zapravo uopće ne mora nužno biti negativan. Dapače, ironijom se može i ublažiti kritika, što onda upućuje na činjenicu da je stav prema sugovorniku zapravo pozitivan te da je govornik upravo pribjegao ironičnom iskazu kako ne bi morao biti eksplicitno kritičan te tako (još više) ugroziti obraz sugovornika. No jednako tako, treba imati na umu, poneki ironičan iskaz može sadržavati oštriju implicitnu kritiku nego što bi je polučio neki eksplicitan (uljudan) kritički iskaz.

¹² *Echoic utterance* je neka vrst metareprezentacije izvornoga iskaza, odnosno (djelomičan) *citata* koji nam ne služi kako bismo nekoga informirali o sadržaju originalnoga iskaza, već kako bismo pokazali svoj stav prema njemu (osim Sperber i Wilson usp. i Noh (2000)).

and endorsement to outright rejection and dissociation” (1995: 240). Prepoznavanje tih stavova i emocija moglo bi biti ključno za interpretiranje cijeloga procesa nastanka ironičnoga iskaza.

Da bi neki ironičan iskaz bio uspješan, pošiljalac mora biti siguran da primalac raspolaže istim znanjem na koje se on želi referirati svojim iskazom. Osim toga i slušalac mora raspolagati tim znanjem, ali mora znati i da govornik raspolaže tim znanjem kako bi ga mogao svjesno aktivirati u trenutku kada ga na to potakne neki potencijalno ironičan iskaz. No i kada su te dvije pretpostavke o zajedničkom znanju ispunjene, može se dogoditi da govornik ne realizira *upućivački* karakter ironičnoga iskaza, odnosno da se to znanje jednostavno ne aktivira, pa tada ironija ne može biti interpretirana kao ironija (Hartung 1998: 150).

Stoga samo zajedničko znanje, svijest sugovornika o tome zajedničkom znanju, pa ni eventualne govornikove upute ponekad nisu dovoljne za interpretaciju ironije. Za prepoznavanje i pravilnu interpretaciju ironičnoga iskaza sugovornici trebaju znati kakve stavove ima onaj drugi, što smatra istinitim i ispravnim, a što ne te, ništa manje važno, što onaj drugi osjeća. Jedino na taj način sudionici komunikacije mogu shvatiti ironiju čak i ako pošiljalac ne markira dodatno (ili dostatno) neki svoj ironijski iskaz. Naravno, to ne mora značiti da se sugovornici slažu u svojim stavovima, već to znači samo da mogu na pravilan način protumačiti indirektne i nedirektne govorne činove.

Hartung je u svojim promišljanjima o ironiji iznio zaključak da se ironični iskazi odlikuju *upućivačkim* karakterom jer se izravno odnose na znanje koje se pri interpretaciji takva iskaza treba aktivirati (1998: 158). Oni upućuju izravno na znanje i procjenu njegove valjanosti u adresata. Dakle adresat (ako su ispunjene navedene pretpostavke o zajedničkim kognitivnim obrascima) ne samo da po primitku takva iskaza zna da njegova propozicija ne odgovara uvjetima istinitosti već zna i koja je točno propozicija skrivena iz toga. Osim toga mi ovdje smatramo da je karakter ironičnoga iskaza zapravo dvostruko upućivački jer osim na zajedničko znanje upućuje i na stavove pošiljaoca.

Kada je o stavovima riječ, onda je ujedno i riječ o nekom tipu vrednovanja. Brojna istraživanja pokazuju kako se u svakodnevnoj uporabi ironije vrednovanje koje je u njoj sadržano u najvećem broju slučajeva interpretira negativno. Naravno, posve je zamislivo i pozitivno vrednovanje putem ironičnih iskaza, ali ono se pojavljuje neusporedivo rjeđe (ibid., 162).

Nakraju, kada govorimo o ironiji, moramo se nužno zapitati kakva je uopće motivacija za uporabu ironije u konkretnoj komunikacijskoj situaciji. S jedne strane neki autori smatraju da je svakako jedan od glavnih motiva izbjegavanje izravnoga kritiziranja i primjena načela uljudnosti, prema kojima kritika treba biti iskazana implicitno. Osim toga nekim se ironičnim iskazom nerijetko zauzima određena distanca bilo prema problemu o kojemu je riječ bilo prema osobi na koju je takav iskaz usmjeren.¹³

¹³ U tom smislu Brown i Levinson (1978) kažu da se upotrebom ironije može iskazati kritika ili uvreda *off-the-record*, odnosno adresatu se takvim iskazom nudi više od jednoga mogućeg načina interpretacije, dakle

Dakle ironija nam (doduše tek jednim dijelom) omogućuje da izbjegnemo otvorene konflikte i iskazivanje nesuglasja s društvenim i komunikacijskim konvencijama, a da pritom ipak damo do znanja da mislimo drugačije. Primjerice Leech je uvjeren da se na taj način manje ugrožava nečiji obraz negoli kada ga izložimo izravnoj kritici, pa kaže:

„If you must cause offence, at least do so in a way which doesn't overtly conflict with the PP (politeness principle), but allows the hearer to arrive at the offensive point of your remark indirectly, by way of implicature” (1983: 82).

S druge pak strane i on je sam došao do zaključka da se ironija može protumačiti i kao suprotnost uljudnosti, pa ju je u svome kasnijem radu svrstao među *politeness opposites* (2014: 233), pri čemu razlikuje uljudnost na razini prezentacije, dakle u samoj propoziciji, i suprotnost toj uljudnosti na razini implikature.

Stoga bez obzira na teoriju uljudnosti i njezine velike odjeke u lingvističkim, socio-loškim, kulturološkim i drugim istraživanjima možemo s punim pravom tvrditi da se uljudnost u ironiji tiče samo eksplicitnoga dijela iskaza (propozicije), dok u implicitnome dijelu pravi smisao ponekad može biti i oštrije od neke eksplicitne kritike.

4. Gle ironije, nema zaključka!!!

Ironija, kako smo imali prilike vidjeti, ne ispunjava samo različite kontekstualno određene (i odredive) funkcije već je ona kao komunikacijska pojava sama po sebi višeslojna i kompleksna jer nužno uključuje različite perspektive – povijesne, lokalne, društvene i kulturalne kao i neke osobne stavove, mišljenja i emocije.

Zbog te kompleksnosti i ranije spomenute „neuhvatljivosti” fenomena ironije te zbog kvantitativnih ograničenja ovoga rada ovdje se nismo dotakli ni približno svih aspekata ironičnih iskaza, a jedan je od tih aspekata svakako i neizbježan humor, koji se često vezuje uz ironične izjave.¹⁴ Naime brojni primjeri pokazuju kako su ironični iskazi u skladu sa slušateljevim preferencijama, odnosno ukazuju na, makar prividnu, konverzacijsku kooperativnost, dakle služe kao signali prihvaćanja i želje za nastavkom komunikacije.¹⁵ Sam humor jednako tako često služi kao pokazatelj kooperativnosti, a povezan je i s osobnim stavom govornika, koji se, koristeći ga, želi pokazati poželjnim i zanimljivim komunikacijskim partnerom. Naravno, o takvoj vrsti humora ne može biti

na recipijentu je da sam prida značenje rečenomu, što onda govornika donekle oslobađa i odgovornosti.

¹⁴ Prema Freudovu mišljenju ironija je zapravo samo jedna podvrsta komičnoga (1992: 164). Schwarz-Friesel na sličan način tvrdi da za rekonstrukciju komunikacijskoga smisla mnogobrojnih ironičnih iskaza uopće nije važna kognitivna implikatura, koja govori da govornik misli suprotno od onoga što kaže, već je važan govornikov signal koji slušaocu daje napatuk da u razgovoru treba prijeći na *emocionalnu* dimenziju humora (2009: 230).

¹⁵ Pritom ne smijemo zanemariti činjenicu da se ironični iskazi u takvim slučajevima odnose na treću osobu, dakle na „žrtvu”, o kojoj je govorio Weinrich (2000), a iz njezine perspektive nema govora o tome da bi takav iskaz mogao poslužiti kao signal bilo kakve kooperativnosti. Stoga možemo reći da ironija usmjerena na (treću) osobu generira s jedne strane efekte averzije (prema toj osobi) i efekte solidariziranja (prema sugovorniku).

riječi u ironičnim iskazima koji se realiziraju u inherentno konfliktnim komunikacijskim situacijama, primjerice u okviru neke svađe ili polemike, gdje se onda i eventualna komika prezentira u obliku poruge i upravo prezirnoga ukazivanja na negativne karakteristike ili stavove sugovornika.

Na temelju svega dosada rečenog možemo (gotovo bespomoćno) zaključiti da se ironija ne da opisati kao neki općenit komunikacijski fenomen i ne može se obuhvatiti jednim (makar i hibridnim) teorijskim pristupom. No sa sigurnošću možemo ustvrditi da je ironija u komunikacijskom smislu pojava koja se nalazi negdje na prostoru između *komunikacije* i *metakomunikacije*, odnosno da je ona ujedno i *iskaz* i *metaiskaz* jer predstavlja sredstvo kojim govornik zapravo priznaje svoju neiskrenost (Nekula 1996: 46). Ironija se dakle valja proučavati u danom komunikacijskom činu (ili u najboljem slučaju u nekom tipu komunikacijskoga čina), pri čemu treba voditi računa ne samo o verbalnome iskazu i (kontekstualno, kulturološki i jezično uvjetovanim) implikaturama koje se iz takva iskaza mogu stvoriti već i o stavovima, emocijama, različitim mogućnostima percepcije i recepcije ironije te eventualno nekim drugim, za tu konkretnu situaciju specifičnim komunikacijskim faktorima.

Literatura

- Bagić, Krešimir (2012) *Rječnik stilskih figura*, Školska knjiga, Zagreb.
- Bollnow, Otto Friedrich (1958) „Die Ironie”, *Die Ehrfurcht*, ur. Bollnow, O. F., Klostermann, F. am Main, 147–179.
- Booth, Wayne Clayson (1974) *A Rhetoric of Irony*, University of Chicago Press, London, Chicago.
- Brown, Penelope i Levinson, Stephen (1978) *Politeness: Some universals in language usage*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Cutler, Anne (1974) „On saying what you mean without meaning what you say”, *Papers from the Tenth Regional Meeting Chicago Linguistic Society*, ur. LaGaly, M. W. i Fox, R. A., University of Chicago, Chicago, 117–127.
- Dews, Shelly, Kaplan, Joan i Winner Ellen (2007) „Why Not Say It Directly? The Social Function of Irony”, *Irony in language and thought*, ur. Gibbs, W. R. i Colston, H. L., Lawrence Erlbaum Associates, New York, London, 297–311.
- Eggs, Ekkehard (1979) „Eine Form des ‘uneigentlichen’ Sprechens: Die Ironie”, *Folia Linguistica* 13, ur. Cuyckens, H. i Ritt, N., Mouton de Gruyter, Berlin 413–435.
- Ernst, Peter (2002) *Pragmalinguistik. Grundlagen, Anwendungen, Probleme*, de Gruyter, Berlin, New York.
- Freud, Sigmund (1989) „Der Humor”, *Psychologische Schriften*, Studienausgabe Band 4, ur. Mitscherlich, A., Strachey J. i Richards, A., Fischer, F. am Main, 277–282.
- Freud, Sigmund (1992) *Der Witz und seine Beziehung zum Unbewußten*, Fischer, F. am Main.

- Grice, Herbert Paul (1975) „Logic and conversation”, *Syntax and Semantics 3: Speech Acts*, ur. Cole, P. i Morgan, J., Academic Press, New York, 41–58.
- Grice, Herbert Paul (1978) „Further notes on logic and conversation”, *Syntax and Semantics 9: Pragmatics*, ur. Cole, P., Academic Press, New York, 113–127.
- Grice, Herbert Paul (1989) *Studies in the way of words*, Harvard University Press, Cambridge, London.
- Halvorsen, Per-Kristian (1976) „Semantics of Irony and Sarcastic Utterances”, *Working Papers in Linguistics* (7), University of Oslo, Oslo, 85–103.
- Hartung, Martin (1998) *Ironie in der Alltagssprache. Eine gesprächsanalytische Untersuchung*, Westdeutscher Verlag, Opladen/Wiesbaden.
- Hartung, Martin (2006) „Ironische Äußerungen in privater Scherzkommunikation”, *Scherzkommunikation. Beiträge aus der empirischen Gesprächsforschung*, ur. Kotthoff, H., Verlag für Gesprächsforschung, Radolfzell, 109–145.
- Lapp, Edgar (1992) *Linguistik der Ironie*, Narr, Tübingen.
- Leech, Geoffrey (1983) *Principles of Pragmatics*, Longman, London, New York.
- Leech, Geoffrey (2014) *The Pragmatics of Politeness*, Oxford University Press, New York.
- Muecke, Douglas Colin (1969) *The Compass of Irony*, Methuen, London, New York.
- Muecke, Douglas Colin (1986) *Irony and the Ironic*, Methuen, London, New York.
- Müller, Marika (1995) *Die Ironie. Kulturgeschichte und Textgestalt*. Königshausen/Neumann, Würzburg.
- Nekula, Marek (1996) „Ironiesignal. Beschreibung der Ironie in Handlung und Text”, *Sborník prací Filozofické fakulty brněnské univerzity. Řada R, germanistická*, vol. 45, Masarykova univerzita v Brně, 41–53.
- Nietzsche, Friedrich (1988) *Menschliches, Allzumenschliches*, De Gruyter Verlag, Berlin.
- Noh, Eun-Ju (2000) *Metarepresentation. A Relevance-Theory Approach*, John Benjamins Publishing Company, Amsterdam/Philadelphia.
- Schwarz-Friesel, Monika (2009) „Ironie als indirekter expressiver Sprechakt: Zur Funktion emotionsbasierter Implikaturen bei kognitiver Simulation”, *Perspektiven auf Wort, Satz und Text. Semantisierungsprozesse auf unterschiedlichen Ebenen des Sprachsystems*, ur. Bachmann-Stein, A., Merten, S. i Roth, Ch., Wissenschaftlicher Verlag, Trier, 223–232.
- Searle, John Rogers (1979) *Expression and Meaning*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Schneider, André (2013) *Die Ironie in Gottfried Kellers „Sinngedicht”*, doktorska disertacija, Philosophische Fakultät II der Humboldt-Universität Berlin.
- Sperber, Dan i Wilson, Deirdre (1981) „Irony and the Use-Mention-Distinction”, *Radical Pragmatics*, ur. Cole, Peter, Academic Press, New York, 295–318.

- Sperber, Dan i Wilson, Deirdre (1995) *Relevance. Communication and Cognition*, Blackwell, Oxford/Cambridge.
- Stojanović, Dragan (1984) *Ironija i značenje*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd.
- Weinrich, Harald (2000) *Linguistik der Lüge*, Beck, München.

SUMMARY

Nikolina Palašić

THE COMMUNICATIVE VALUE OF IRONY

Irony is common in everyday speech, so much so that sometimes we do not even notice it, that is, we do not assign any communicative value to it, or we equate it with wittiness. On the other hand, we will say for some people that they are extremely ironic, and this trait will be considered as one of the less appealing personality traits of such people. Science has been discussing irony for centuries and various approaches and interpretations have developed as a result of these discussions. This only serves to prove that, from the perspective of communication, irony is an extremely intriguing, and at the same time an extremely complex and elusive phenomenon. In this paper we will discuss some of these approaches to irony and we will attempt to show why none of these are complete and why they do not give definitive answers. We will focus on the issue of whether irony really is an indirect speech act (this is how it is frequently classified in literature) and attempt to determine which aspects of communication need to be taken into consideration in order to adequately analyse irony from the perspective of pragmalinguistics. In addition to this, we will also point out some communicative goals for which irony is frequently used and focus on the forms it takes to achieve these goals and on constitutive elements of irony, that is, on the assumptions that have to be met for the interpretation of an ironic utterance to be successful.

Key words: *irony; criticism; common sense; speech act*