

На правах рукописи

Ван Юе

Ван Юе

**Способы вербализации вежливости и антивежливости в русскоязычных
интернет-комментариях**

5.9.5 – Русский язык. Языки народов России

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени

кандидата филологических наук

Москва – 2024

Работа выполнена в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина» на кафедре общего и русского языкознания

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент
Гончарова Любовь Марковна

Официальные оппоненты:

Колесникова Светлана Михайловна, доктор филологических наук, профессор, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский педагогический государственный университет», кафедра русского языка, заведующий кафедрой.

Шапошников Владимир Николаевич, доктор филологических наук, профессор, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный лингвистический университет», кафедра русского языка и теории словесности, профессор.

Ведущая организация: федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана (национальный исследовательский университет)» (г. Москва)

Защита состоится «20» марта 2024 г. в 10:00 ч. на заседании диссертационного совета 24.2.292.01, созданного на базе федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина», по адресу: 117485, г. Москва, ул. Академика Волгина, 6.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина» и на официальном сайте: <http://www.pushkin.edu.ru/>.

Материалы по защите диссертации размещены на официальном сайте ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»: https://www.pushkin.institute/sciences/dissovety/detail-element_id-32386/

Автореферат разослан « ___ » _____ 2024 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
доктор филологических наук



Китанина Элла Анатольевна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

В цифровую эпоху интернет-комментарий уже стал одним из значимых жанров виртуальной коммуникации и начал оказывать воздействие на состояние, установки и ценности в жизни человека, а также влиять на социум и массовое сознание в проявлении позитивных или негативных реакций на события общественной жизни. Из-за специфических характеристик интернет-комментариев, таких как открытость, спонтанность, неожиданность, навязывание мнений, внимание к конфликтам, категоричность оценок, персонифицированность, анонимность и др. в интернет-комментариях прослеживаются речеповеденческие формы общения от этикетно-вежливых до агрессивно-грубых, при этом последние оказывают негативное влияние на экологию интернет-пространства и даже приводят к социальным конфликтам и росту агрессивного поведения. Кроме того, несмотря на достаточно серьезную проработку в научных исследованиях и относительную изученность этикетных проявлений в языке и речи, в силу индивидуальности реализаций кооперативного и конфликтного общения, общего изменения границ допустимого коммуникативного поведения в сети Интернет, даже значения этикетно маркированных языковых единиц совпадают не полностью. Так, невежливость и даже агрессия могут реализовываться в рамках этикетных конструкций, и, напротив, через намеренную грубость создается шутливо-игровая интонация. Само понятие «антивежливость» еще не получило достаточного освещения в научной литературе, лишь относительно недавно став предметом специальных исследований.

На наш взгляд, антивежливость отличается от невежливости более широким спектром деструктивных коммуникативных проявлений, когда, например, в рамках формально этикетного поведения демонстрируется презрительное или нарочито издевательское отношение к партнеру (насмешка, сарказм, троллинг и др.). Таким образом, как антипод вежливости, антивежливость является сложным и многогранным явлением, расширившись от стандартных представлений о невежливости и грубости до саркастического вызова и нюансов демонстративного молчания. Рассматривая набор коммуникативных стратегий реализации вежливого и антивежливого поведения, можно определить данные явления как макростратегии. В связи с этим возникла необходимость изучения коммуникативной макростратегии вежливости и её антипода – антивежливости в интернет-пространстве, классификации и их реализации в интернет-комментариях, а также описания их языковых экспликаций.

Таким образом, **актуальность** данной работы обусловлена следующими факторами:

- 1) необходимостью комплексного исследования языка, обслуживающего такое разветвленное сетевое мегасообщество, как соцсети, в частности, ту его часть, которая отражает интересы, настроения и предпочтения пользователей, выражаемые ими в комментариях;

недостаточной изученностью понятия интернет-комментария как коммуникативного жанра, типологизации интернет-комментариев; необходимостью выявления интенций, модальности, эмоциональной и рациональной оценочности в русскоязычных интернет-комментариях;

2) недостаточной изученностью понятия антивежливости и необходимостью выявления его отличия от понятий «грубость» и «невежливость»;

3) отсутствием исследований макростратегий вежливости и антивежливости и составляющих их наборов коммуникативных стратегий реализации вежливого и антивежливого поведения;

4) построения моделей макростратегий вежливости и антивежливости и их реализации в коммуникативных стратегиях, речевых жанрах, речевых действиях и приемах;

5) необходимостью описания языковых способов и средств вербализации макростратегий вежливости и антивежливости в русскоязычных интернет-комментариях на разных уровнях, выраженных как эксплицитно, так и имплицитно в текстах интернет-комментаторов.

Данная работа выполнена в русле коммуникативистики и прагмалингвистики.

Объектом исследования является комментарийный интернет-дискурс как совокупность интернет-комментариев, изучаемых с позиции реализации в рамках макростратегий вежливости и антивежливости.

Предмет исследования – коммуникативные стратегии, вербальные и невербальные средства реализации макростратегий вежливости и антивежливости в русскоязычных интернет-комментариях.

Цель работы заключается в определении макростратегий вежливости и антивежливости, построении моделей их реализации и описании коммуникативных стратегий, речевых, языковых и невербальных способов их выражения.

Поставленная цель обусловила **задачи** исследования:

1) изучить понятие интернет-комментария, определить интернет-комментарий как коммуникативный жанр, классифицировать виды интернет-комментариев и установить характерные черты;

2) выявить интенции, модальность, эмоциональную и рациональную оценочность в русскоязычных интернет-комментариях;

3) дифференцировать понятие антивежливости и близкие понятия (грубость, невежливость) в соотношении с понятиями этикета и ситуативной нормы;

4) определить понятия вежливости и антивежливости как макростратегии и построить модели, отражающие набор их коммуникативных проявлений;

5) выявить коммуникативные стратегии, составляющие макростратегии вежливости и антивежливости, и рассмотреть их проявление через речевые и неречевые средства на материале русскоязычных интернет-комментариев;

б) выявить языковые средства вербализации вежливости и антивежливости в русскоязычных интернет-комментариях.

Методология. Исследование проведено в парадигмах функционально-семантических и коммуникативных исследований. **Теоретической основой** работы послужили труды русских и зарубежных ученых:

- в области интернет-коммуникации (В.А. Митягина, Л.Н. Степанова, С.М. Карпоян, П.В. Кошель, Т.И. Стексова, И.Г. Сидорова, Н.Н. Романова, Л.Ю. Щипицина, О.В. Эпштейн, Н.Г. Асмус, Е Фэньюнь, Шао Яньли и Чжан Хун, Ян Синьминь, Сюй Хайянь и Шан Сянюй, Ван Шихуа, Чжао Шугуан и др.);

- в области теории речевого этикета (Н.И. Формановская, В.И. Карасик, Е.А. Земская, И.А. Стернин, Т.В. Ларина, О.С. Иссерс, Н.Г. Брагина, И.А. Шаронов, В.И. Жельвис, В.В. Леонтьев, В.Н. Шапошников, Е.А. Руднева, Е.П. Буторина, А.В. Быстрых, П. Браун, С. Левинсон, Р. Лакофф, Дж. Лич, J. Culpeper, D. Bousfield, M. Naugh, R. Watts, M. Locher, Гу Юого, Сюй Шэнхуань, Со Чжэньюй и др.);

- в области теории дискурсивных исследований и теории коммуникации (Н.Д. Арутюнова, А. Вежбицкая, А.К. Михальская, В.И. Карасик, О.Г. Почепцов, В.З. Демьяненко, И.М. Кобозева, Н.И. Формановская, Т.В. Нестерова, Н.Н. Журавлева, Н.И. Клушина, О.Г. Почепцов, Дж. Остин, Дж. Серль и др.);

- в области лингвистики текста (В.В. Виноградов, Е.Е. Анисимова, А.Г. Баранов, А.Б. Цыренова, А.Р. Мухтаруллина, Н.Д. Арутюнова, Н.Г. Комиссарова, К.В. Пантеева и др.);

- в области морфологии, лексикологии, синтаксиса современного русского языка (В.В. Виноградов, Н.М. Шанский, А.А. Шахматов, А.Д. Шмелев, Н.С. Валгина, В.В. Бабайцев, Л.Ю. Максимов, А.Н. Гвоздев, С.М. Колесникова, Л.П. Крысин и др.);

- в области стилистики современного русского языка (О.Б. Сиротинина, Е.А. Земская, О.А. Лаптева, Т.Г. Винокур, М.Н. Кожин, Н.А. Купина, Т.В. Матвеева, И.Б. Голуб и др.).

В работе были использованы следующие **методы исследования**:

- 1) общенаучные методы наблюдения, систематизации, анализа при изучении и представлении теоретического и фактического материала исследования;

- 2) метод дефиниционного анализа при работе с общенаучными и лингвистическими понятиями и дифференциации их содержания;

- 3) описательный метод, представленный приемами интерпретации, классификации и обобщения;

- 4) методы, актуальные при сборе языковых материалов: накопление, метод сплошной выборки, описание и статистический анализ релевантных примеров.

- 5) лингвистические методы контекстуального, лексико-семантического и компонентного, дискурсивного анализа при исследовании понятийных

составляющих расширенного семантического поля и при работе с фактическим материалом исследования.

Материал исследования в данной работе составил 2000 интернет-комментариев на интернет-контенты, размещённые в социальной сети VK, на видеохостинге YouTube, на сайтах интернет-магазинов (delivery club, wildberries, ozon и др.), на Яндекс Дзен и т.п., опубликованные с 2019 по 2023 год, которые были типологизированы в соответствии с их семантической характеристикой и принадлежностью к макростратегиям вежливости или антивежливости.

Гипотеза исследования: «вежливость» и «антивежливость» являются широкими проявлениями позитивного и негативного оценочно-эмоционального речевого поведения человека, могут рассматриваться как макростратегии, имеющие понятийные составляющие, расширяющие традиционную трактовку этикетности или невежливости и грубости, реализующиеся через набор коммуникативных стратегий, речевых и языковых средств. В русскоязычных интернет-комментариях «вежливость» и «антивежливость» не всегда эксплицируются прямо, в ряде случаев реализуются в контексте через набор интенций и оценочных средств при помощи использования определенных вербальных и невербальных возможностей языка.

Научная новизна исследования заключается в том, что в нем впервые установлены понятийные составляющие макростратегии вежливости и антивежливости; предлагается модель реализации вежливости и антивежливости в русскоязычных интернет-комментариях; выявляются комплексы разноуровневых средств реализации коммуникативных стратегий вежливости и антивежливости.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что она вносит вклад в исследование интернет-дискурса в целом и интернет-комментариев, в частности, за счет выявления их видов, интенций, реализующейся эмоциональной и рациональной оценочности; в развитие прагмалингвистики путём построения моделей макростратегий вежливости и антивежливости с уточнением языковых средств вербализации вежливости и антивежливости, в социалингвистические исследования через фиксацию актуальных языковых процессов.

Практическая значимость настоящего диссертационного исследования заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы в преподавании дисциплин по современному русскому языку, русскому языку как иностранному, теории коммуникации, теории дискурса, прагмалингвистике, лексикологии, стилистике русского языка и межкультурной коммуникации.

На защиту выполняются следующие положения:

1. Интернет-комментарий является одной из форм интерпретации текста в интернет-пространстве, интерактивным речевым актом, особым видом интернет-коммуникации, коммуникативной реакцией на опубликованные веб-

контенты и интернет-комментарии. Интернет-комментарий является вторичным текстом, привязанным в смысловом отношении к комментируемому тексту; полилогическим жанром с возможностью неограниченного количества участников коммуникации.

2. Интернет-комментарий сочетает в себе признаки устной и письменной речи, но и отличается от них: это новый тип дискурса, объединяющий в себе такие элементы, как: индивидуальность высказываемого мнения, идиостиль автора, высокая актуальность, кратковременность существования, эмоциональный посыл, использование невербальных компонентов для усиления модальности. Интернет-комментарий характеризуется публичностью или открытостью доступа, оценочностью, диалогичностью, субъективной модальностью, лаконичностью, интерактивностью, анонимностью, мультимедийностью, гипертекстуальностью, многостильностью, выразительностью и т.д.

3. В интернет-комментариях существуют/сосуществуют рациональная и эмоциональная оценка, которые могут одновременно обнаруживаться в одном интернет-комментарии. Однако эмоциональность куда более присуща жанру интернет-комментария. И эмоции, особенно отрицательные, могут влиять на уровень проявления вежливости в коммуникативном поведении адресанта, что в свою очередь воздействует на эмоции адресата.

4. Вежливость и антивежливость могут выделяться в отдельные макростратегии. Любые виды интернет-комментариев могут реализовывать стратегии вежливости и антивежливости. Вид интернет-комментариев является только формой построения и отражает параметры – по объему, по форме изложения, по степени вербализованности и др., а макростратегия формируется посредством набора стратегий, в основе которых заложены интенции говорящего, объединяющиеся общей позитивной (в случае вежливости) или негативной (в случае антивежливости) модальностью.

В макростратегию понятия «вежливость» входят такие коммуникативно-поведенческие проявления (стратегии), как тактичность, деликатность, иносказательность, эвфемизация, приветливость, комплиментарность, уважительность, этикетность и юмор.

В макростратегию антивежливости входят такие коммуникативно-поведенческие проявления, как грубость, хамство, непристойность, дисфемизация, назойливость, бестактность, неуважительность, враждебность, безучастность, презрительность, высокомерие, насмешка, троллинг и унижение. Данные коммуникативно-поведенческие проявления могут рассматриваться как коммуникативные стратегии, определяемые интенциями адресанта, и реализующиеся через определенные речевые жанры, речевые приемы, языковые средства и невербальные возможности письменного текста. В одном интернет-комментарии для достижения целей коммуниканта могут присутствовать и отдельная коммуникативная стратегия, и целый комплекс.

5. Коммуникативные стратегии реализации вежливости и антивежливости имеют лексические, морфологические, синтаксические,

стилистические, фонетические и паралингвистические средства вербализации, которые могут использоваться самостоятельно или в комплексе.

Степень достоверности результатов исследования подтверждается применением научных методов исследования, значительным объемом проанализированного лингвистического материала, а также апробацией результатов работы.

Апробация. Основные результаты исследования отражены в 9 публикациях общим объемом 3,02 п.л., в том числе в 3 статьях в журналах, рекомендованных ВАК Минобрнауки России. Результаты работы докладывались на научных конференциях: «II Всероссийская научно-практическая конференция студентов, магистрантов, аспирантов», Москва, 2020; «Гуманитарные технологии в современном мире: IX Международная научно-практическая конференция памяти доктора педагогических наук, главного редактора научного журнала «Современная коммуникативистика», профессора О.Я. Гойхмана», Светлогорск, 2021; «Международная научно-практическая конференция. Общение в эпоху конвергенции технологий», Москва, 2021; «Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие. XXIII Кирилло-Мефодиевские чтения», Москва, 2022; «Гуманитарные технологии в современном мире: X Международная научно-практическая конференция, посвященная памяти доктора педагогических наук, главного редактора научного журнала «Современная коммуникативистика», профессора О.Я. Гойхмана», Калининград, 2022; «Коммуникация – Общество – Человек: I Национальная научно-практическая конференция научно-педагогических и практических работников с международным участием», Ярославль, 2022, а также на заседаниях кафедры общего и русского языкознания Государственного института русского языка им. А.С. Пушкина (2020–2023).

Структура. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и библиографии, включающей 272 наименования.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность работы, формулируются объект и предмет, определяются цель и задачи диссертации, характеризуются методология, теоретическая основа, методы исследования и материал, обозначается гипотеза, раскрывается научная новизна, формулируются положения, выносимые на защиту, описываются теоретическая значимость и практическая значимость исследования, приводятся сведения об апробации.

В **Главе 1** «Лингвопрагматические и дискурсивные основания исследования жанра интернет-комментария» обсуждаются определение, жанровые характеристики и типологизация понятия «интернет-комментарий».

В **параграфе 1.1** «Интернет-комментарии как коммуникативная среда виртуального пространства: к определению понятий», который

состоит из трех подпунктов, рассматриваются подходы русских и зарубежных исследователей к изучению понятия «интернет-комментарий», а также определяется жанровый статус и характерные черты интернет-комментариев.

В рамках данного исследования интернет-комментарий понимается следующим образом: 1. Интернет-комментарий – это интерактивный речевой акт, особый вид интернет-коммуникации, коммуникативная реакция на опубликованные веб-контенты и интернет-комментарии других. Он реализуется в социальных сетях, на видеохостингах, новостных сайтах и т.д. 2. Интернет-комментарий является вторичным текстом, не отделяемым от комментируемого текста; полилогическим жанром с возможностью неограниченного количества участников коммуникации. Хотя интернет-комментарий не нацелен на получение ответа, но любой из них может получить неограниченное количество реакций за неопределённый период времени. 3. Посредством интернет-комментария интернет-пользователь имеет возможность получать информацию о событии и взглядах на него других людей, выражать собственное отношение к событиям, мнениям, постам, видео и т.д., высказывать свою точку зрения, получать обратную связь, оказывать коммуникативное воздействие. 4. Интернет-комментарий не является самостоятельным жанром, а субжанром. Субжанр интернет-комментария представляет собой «идеологизированный полифонический тип диалога, формирующий ассоциативное и ценностно позиционированное дискурсивное поле, подлежащее визуализации и интерпретации в коммуникативном интернет-пространстве и, шире, социуме»¹.

Можем выделить следующие черты интернет-комментариев: 1) интертекстуальность; 2) оценочность (открытая и/или скрытая); 3) диалогичность; 4) субъективная модальность; 5) интерактивность; 6) публичность; 7) анонимность; 8) мультимедийность; 9) гипертекстуальность; 10) многостильность; 11) экспрессивность; 12) аграмматизм; 13) одновременная синхрония и асинхрония.

В параграфе 1.2 «Подходы к типологизации интернет-комментариев» анализируется диалогический характер интернет-комментария, определяются таксономические параметры, на основе которых предложен подход к классификации интернет-комментариев.

Интернет-комментарий имеет ярко выраженный диалогический характер, и платформы для интернет-комментариев имеют неограниченные способы для реализации категории диалогичности. Интернет-комментарий может быть и диалогом, состоящим из одной, двух реплик, и развернутым полилогом в виде «континуума бесконечных ситуаций»².

¹ Попова Д.А. Ценностная ориентация цифровой личности в жанре интернет-комментария / Д. А. Попова, Е. С. Сальникова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2019. – № 5. – С. 230-234.

² Богомазова В.В. Деструктивное общение в сети Интернет (на примере жанра интернет-комментарий) / В. В. Богомазова // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2022. – № 1(164). – С. 225-229.

Подход к классификации интернет-комментариев можно предложить на основе следующих параметров:

1) по коммуникативным параметрам и типам высказываний: комментарий-подтверждение, комментарий-дополнение, комментарий-пояснение, комментарий-согласие, комментарий-несогласие, комментарий-развлечение, комментарий-предложение и комментарий-троллинг;

2) по форме изложения: комментарий-информирование, аналитический комментарий, эмоциональный комментарий;

3) по предмету комментирования: комментарии общественной жизни и комментарий личной сферы;

4) по тематике исходного интернет-контента: комментарий на политику, экономику, комментарий научного, социального, культурного типов, комментарий на спорт, здоровье, шоу-бизнес, образование, туризм, красоту и моду и др.;

5) по объёму можно выделить краткий комментарий и развёрнутый комментарий;

6) по образу адресата: комментарии, адресованные к определённому пользователю и комментарии, адресованные ко всему сообществу интернет-пользователей;

7) по степени вторичности и последовательности комментирования можно выделить комментарий к исходному интернет-контенту и комментарий к комментарию;

8) по степени вербализованности: вербализованный комментарий и невербализованный комментарий;

9) по степени креолизованности: текстовый комментарий, гипертекстовый и креолизованный комментарий;

10) по эмоциональной окраске комментарий с позитивными эмоциями, комментарий с негативными эмоциями и комментарий с нейтральными эмоциями. Эмоциональная окраска интернет-комментариев обычно зависит от тематики и контента исходной публикации;

11) по отношению между автором интернет-контента и комментаторами можно выделить комментарии, ориентированные на близко знакомых людей и незнакомых людей. Среди комментариев, адресованных незнакомым людям, можно выделить комментарий, адресованный на персонального интернет-пользователя (блогера, других интернет-комментаторов) и комментарий, адресованный на институционального интернет-пользователя (интернет-СМИ, интернет-магазин);

12) по интенциональному принципу выделены следующие параметры: степень важности, направление в представлении референта, степень эмоциональности и иллюкативная сила. По степени важности интенция в интернет-комментариях может разделиться на ведущую и второстепенную; по направлению в представлении референта может разделиться на позитивную, нейтральную и негативную; по степени эмоциональности может разделиться

на эмоциональную и рациональную; по иллокутивной силе может разделиться на интенции репрезентатива, декларатива, директива, комиссива, экспрессива, контактива.

Глава 2. «Реализация макростратегий вежливости и антивежливости в коммуникации» состоит из 4 параграфов. В ней проведен анализ коммуникативно-поведенческих проявлений (стратегий), входящих в макростратегии «вежливость» и «антивежливость», выявлены речевые жанры, речевые действия, приемы и способы проявления данных стратегий в различных видах интернет-комментариев, предложены модели реализации макростратегий вежливости и антивежливости на материале русскоязычных интернет-комментариев. Все ситуации даются в контексте, поскольку, как отмечает И.А. Шаронов, этикетные (в нашем случае – как и антиэтикетные) примеры правильнее описывать не отдельно, а в рамках коммуникативной ситуации.

Макроструктуры, по мнению исследователей (например, Т.А. ван Дейк, 1983), представляют собой глобальные структуры дискурса. Т. А. ван Дейк говорит также и о *схематических* структурах (*суперструктурах*), которые задают общую форму дискурсу. Следовательно, макроструктуры – это семантическое содержание категорий, входящих в суперструктурные схемы. Наряду с макроструктурой дискурса, рассматриваются макростратегии, при помощи которых можно получить несколько уровней макропропозиций, в совокупности образующих макроструктуру текста.

Макростратегия понимается нами как реализуемый в рамках выбранного вербального поведения в конкретной речевой ситуации комплекс стратегий, осуществляющихся в соответствии с целями и коммуникативными задачами участников общения и обеспечивающих реализацию интенций коммуникантов. Макростратегии присуща позитивная или негативная модальность, под которой объединяются её коммуникативные компоненты.

Исходя из этого, вежливость и антивежливость можно считать макростратегиями, объединяющимися не только семантической общностью наполняющих их элементов, но и набором речевых проявлений (стратегий), выстраивающих общую идею данной категории.

В параграфе 2.1 «Понятийная составляющая макростратегии «вежливость» в русском языке» рассматриваются основные подходы к изучению вежливости в диахроническом формате: изложены три так называемые волны изучения вежливости, из чего следует вывод, что исследователи продолжают искать подходы и модели, позволяющие коммуникантам реализовать вежливую коммуникацию. В процессе анализа сопоставляются определения вежливости в работах российских исследователей (Н.И. Формановская, В.И. Карасик, Е.А. Земская, И.А. Стернин, Т.В. Ларина и др.) и словарях русского языка.

Рассмотренные источники позволяют не только проследить семантические характеристики понятия «вежливость», но и определить комплекс компонентов – коммуникативных микростратегий, через которые

реализуется макростратегия вежливости: корректность, учтивость, воспитанность, предупредительность, обходительность, галантность, любезность, деликатность, уважительность, тактичность, этикетность, приветливость, участливость, комплиментарность, иносказательность, эвфемизация, юмор.

Реализуя различные интенции, транслирующие вежливое поведение, адресант-комментатор эксплицирует комплекс речевых стратегий, приемов и языковых средств, складывающийся в макростратегию вежливости. Помимо этого, он нередко вовлекает в свой «модальный поток» других участников комментарийного дискурса. Можно заметить, что, транслируя определенное коммуникативное поведение, человек задает общий тон последующим откликам. Вместе с тем в некоторых конфликтно-деструктивных (антивежливых) чатах вежливый комментарий останавливает негативно-агрессивный список высказываний.

В данном параграфе предложена модель, отражающая коммуникативные компоненты понятий «вежливость» – коммуникативные стратегии, задаваемые определенными интенциями и эмоциями, и реализующиеся в рамках коммуникативных стратегий через речевые жанры и другие речевые действия как способы достижения целей в различных видах интернет-комментариев (таблица 1.).

Таблица 1 – Модель макростратегии «вежливость»

МАКРОСТРАТЕГИЯ ВЕЖЛИВОСТЬ	Интенция	Стратегия	Речевые жанры, речевые действия, приемы и способы	Виды интернет-комментариев
	избегание нанесения обиды собеседнику	тактичность, деликатность, иносказательность, эвфемизация	намек, согласие, вежливое несогласие, возражение	Все виды комментариев, перечисленные в п.1.2: комментарий-подтверждение, комментарий-дополнение, комментарий-пояснение, комментарий-согласие, комментарий-несогласие, комментарий-развлечение, комментарий-предложение (по коммуникативным
	порадовать человека, сделать человеку что-то приятное	приветливость, комплиментарность, уважительность	комплимент, похвала	
	соблюдение ритуальных принятых обществом норм	этикетность	Благодарность, извинение, пожелание, поздравление,	

			приветствие, сожаление, сочувствие, сопереживание, соболезнование, обращение, комплимент	параметрам и типам высказываний); комментарий-информирование, аналитический комментарий, эмоциональный комментарий (по форме изложения); комментарий относительно сферы общественной жизни; комментарий относительно личной сферы (по предмету комментирования); комментарий на политику, экономику, спорт, здоровье, шоу-бизнес, образование, туризм и др. (по тематике исходного интернет-контента) и пр.
	внесение оживления в коммуникативную атмосферу, уменьшение напряжения и неловкости в общении, привлечение внимания к чату	юмор	шутка, анекдот	

В параграфе 2.2 «Коммуникативные стратегии, реализующие макростратегию «вежливость» в русскоязычных интернет-комментариях» анализируются коммуникативные стратегии, входящие в макростратегию вежливости и их реализации в русскоязычных интернет-комментариях. К макростратегии вежливости относим следующие коммуникативные стратегии: 1) стратегии тактичности, деликатности, иносказательности и эвфемизации, объединяющиеся общей интенцией избегания нанесения обиды собеседнику; 2) стратегии приветливости, комплиментарности и уважительности, объединяющиеся общей интенцией порадовать человека, сделать человеку что-то приятное; 3) стратегия этикетности, интенцией которой является соблюдение принятых обществом норм; 4) стратегия юмора, интенции которой состоят в улучшении коммуникативной атмосферы, уменьшении напряжения через смех, привлечении внимания к чату.

Необходимо отметить, что в большинстве случаев в одном интернет-комментарии соединяются несколько коммуникативных стратегий, речевых жанров, реализуя в своей совокупности вежливую макростратегию.

Рассмотрим примеры интернет-комментариев, в которых реализованы стратегии, входящие с макростратегию вежливости³:

1. Коммуникативная стратегия тактичности: ***Вы извините, но ценник явно не Московский*** (Дзен. Дата обращения: 03.10.22) (на статью «Сколько стоит жизнь московского студента»). В данном случае автор комментария, чтобы не обидеть собеседника, осторожно высказывает вежливое возражение, используя при этом этикетный жанр извинения. Вместе с тем автор комментария не навязывает свое мнение оппоненту. Стратегия тактичности реализована в виде краткого комментария-несогласия.

2. Коммуникативные стратегии приветливости, комплиментарности и этикетности: ***Так рада, что попала на этот канал ♥ спасибо тебе, чудесная китайская девочка*** 🙏🙏🙏 *Комменты и аудитория говорят о том, что в этом хаосе мировом ты даешь свет и тепло, я думаю, что очень многим помогаешь переключаться на позитив. Подписываюсь, следую за тобой ♥♥♥* (YouTube. 19.10.2022) (на видео «Будущее, к которому ВЫ тоже идёте!! Одиночество в Китае»). В примере видим сочетание стратегий приветливости, комплиментарности и этикетности, которые эксплицируются через речевые жанры благодарности, одобрения и комплимента в виде креолизованного комментария с позитивными эмоциями и коннотациями.

3. Коммуникативная стратегия юмора: *Nik E.: Советская студенческая столовая. Обед, очередь. К прилавок подходит студент, говорит буфетнице - "Дайте, пожалуйста, 2 сосиски..." Очередь загудела "Да вы посмотрите на него ! Оборзел ! Зажрался ". - "... и двадцать вилок!"*. (Дзен. Дата обращения: 30.09.22) (на статью «Где и чем питались студенты в дореволюционной Москве»). В качестве юмористического комментирования автор апеллирует к известному советскому анекдоту, активизируя фоновые знания носителей языка, связанные с воспоминаниями об исторической эпохе. Интересно, что сюжет анекдота с заложенной в нем имплицитностью (2 сосиски на 20 студентов) уже не требует дополнительного объяснения, а комментарий становится дополнительным источником размышлений для пользователей, продолжающих тему.

В параграфе 2.3 «Понятийная составляющая макростратегии «антивежливость» в русском языке» рассматриваются основные подходы к изучению антивежливости (Н.И. Формановская, Н.Б. Боева-Омелечко, Е. Граф, Е.П. Буторина, В.И. Карасик и др.), исследуется соотношение понятий «антивежливость», «грубость» и «невежливость».

В настоящее время зарубежные исследователи (Spencer-Oatey, Kádár, Naugh и др.) вводят в научный обиход зонтичный термин «лингвистическая (не)вежливость», однако российские исследователи (В.И. Карасик, Е.П. Буторина, М.А. Кронгауз, И.А. Шаронов и др.) считают, что «антивежливость» и «невежливость» являются двумя разными понятиями,

³ Орфография, пунктуация и стилистика авторов интернет-комментариев, приводимых в работе в качестве примеров, сохранена.

хотя на самом деле они в большинстве случаев употребляются недифференцированно, а между понятиями «антивежливость» и «грубость» существуют расхождения и пересечение значений. Мы относим «грубость» к семантическому полю антивежливости.

К **макростратегии антивежливости** можно отнести такие коммуникативно-поведенческие проявления, как грубость, непристойность, назойливость, хамство, неуважительность, бестактность, враждебность, насмешку, иронию и сарказм, презрительность, инсинуации, дисфемизмы, высокомерие, пожелание зла и проклятия, брань и ругань, безучастность, троллинг и унижение. Данные стратегии объединяются отсутствием стратегий коммуникативного смягчения для реализации вежливости, или наличием «преднамеренной агрессии со стороны адресанта, характеризующейся усилением, максимальным увеличением угрозы лицу адресата для усугубления причиняемого ему социального ущерба»⁴. Для макростратегии «антивежливость» характерна общая модальность намеренно-агрессивного, грубо-конфликтного речевого поведения.

На основе проведенного анализа мы составили следующую модель макростратегии антивежливости, включающую в себя различные коммуникативные стратегии (Таблица 2).

Таблица 2 – Модель макростратегии «антивежливость»

МАКРОСТРАТЕГИЯ АНТИВЕЖЛИВОСТЬ	Интенция	Стратегия	Речевые жанры, речевые действия, приемы и способы	Виды интернет-комментариев	
	нанесение обиды, причинение морального вреда собеседнику	грубость, хамство, непристойность, дисфемизация, назойливость	грубо-категоричное несогласие, брань, ругань, оскорбление		Все виды комментариев, перечисленные в п.1.2: комментарий-несогласие, комментарий-развлечение, комментарий-троллинг
	намеренное создание неловкой для собеседника ситуации	бестактность, неуважительность	оскорбление		(по коммуникативным

⁴ Леонтьев В.В. Грубость грубости рознь: к 20-летию исследований речевой невежливости в лингвистике / В. В. Леонтьев // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. – 2016. – Т. 15, № 4. – С. 26-39.

	причинить зло, вред	враждебность, безучастность	оскорбление, злопожелание, хейтерство	параметрам и типам высказываний); комментарий-информирование, аналитический комментарий, эмоциональный комментарий (по форме изложения); комментарий относительно сферы общественной жизни; комментарий относительно личной сферы (по предмету комментирования); комментарий на политику, экономику, спорт, здоровье, шоу-бизнес, образование, туризм и др. (по тематике исходного интернет-контента) и пр.
	унизить, высмеивать других, показать превосходство над другими	презрительность, высокомерие, насмешка	ирония, сарказм	
	унизить, оскорбить других, провоцировать конфликт	троллинг, унижение	сарказм, оскорбление	

Репертуар жанров здесь значительно беднее, нежели при возможности реализации вежливости, в макростратегии антивежливости преобладает жанр оскорбления.

В параграфе 2.4. «Коммуникативные стратегии, реализующие макростратегию «антивежливость» в русскоязычных интернет-комментариях» анализируются коммуникативные стратегии, входящие в макростратегию антивежливости и их реализации в русскоязычных интернет-комментариях. К макростратегии антивежливости относятся следующие коммуникативные стратегии: 1) стратегии грубости, хамства, непристойности, дисфемизации и назойливости, объединяющиеся общей интенцией нанесения обиды, причинения морального вреда собеседнику; 2) стратегии бестактности, неуважительности, объединяющиеся общим смыслом намеренного создания неловкой для собеседника ситуации; 3) стратегии враждебности, безучастности, объединяющиеся общей интенцией причинить зло, вред; 4) стратегии презрительности, высокомерия, насмешки, объединяющиеся общей интенцией унизить, высмеивать других, показать превосходство над другими; 5) стратегии троллинга и унижения, объединяющиеся общей интенцией унизить, оскорбить других, спровоцировать конфликт.

Рассмотрим некоторые примеры реализации антивежливости:

1. Коммуникативная стратегия грубости: *Глупости!!! Китайский станет вровень с английским! На нём уже говорят во многих школах и учат один язык-мандарин!!!* (Дзен. Дата обращения: 18.10.22) (на статью «Почему китайский язык НИКОГДА не станет международным?»). Комментатор не согласен с мнением автора статьи по китайскому языку, грубо-категорично выражает своё несогласие оценочной характеристикой высказывания – словом «глупости», усиливая его последующими восклицаниями.

2. Коммуникативная стратегия бестактности: *Кто делал этот маникюр? Выглядят как тесто на ногтях. Ужасно.* (YouTube. Дата обращения: 30.01.2023) (на видео «Таких нервов мне ЭТО далось□ маникюр»). Автор комментария через сравнение выражает свою отрицательную оценку сравнительной конструкцией и констатацией с негативной семантикой – «ужасно».

3. Коммуникативная стратегия враждебности, злопожелание. *Мистер Нидж: Ждём тебя ...С уважением Дьявол* (VK. Дата обращения: 30.01.2023) (на новость «Телеведущий Николай Дроздов попал в больницу с переломами восьми рёбер»). Данный пример можно отнести именно к антивежливости, поскольку в нём, с одной стороны, нет открытой агрессии или грубости, однако с другой – видим очевидный намек-пожелание в сторону крайне негативного развития ситуации. Подобных примеров ещё немало: *Светлана Кулиева: Да не жалко нисколько, покойся с миром* (YouTube. 05.11.2022) (на видео «Алла Пугачева Сделала Важное Заявление #shorts»). В данных примерах комментаторы желают смерти в качестве наказания / возмездия.

4. Коммуникативная стратегия презрительности. *BigChozah: Хлебайте с двух рук, янки!* (Пикабу. Дата обращения: 29.04.23) (на пост «Экология в штате Огайо»). Автор употребляет этнофолизм «янки», выражая пренебрежительно-презрительное отношение к американцам.

5. Коммуникативная стратегия унижения: *антизомби зомбович: свинота* (Дзен. Дата обращения: 26.04.2023) (на видео «Повседневный образ для PLUS SIZE»). При обсуждении внешности блогера стратегия унижения реализуется посредством инвективы – негативной эмоционально-оценочной лексической единицы «свинота» – оскорбительного зоонима для отрицательного воздействия оскорбления, унижения, обиды.

В Главе 3. «Лингвистические средства и способы вербализации макростратегий вежливости и антивежливости в русскоязычных интернет-комментариях» на основании анализа собранных и классифицированных языковых материалов выявляются и описываются средства реализации вежливости и антивежливости в русскоязычных интернет-комментариях на лексическом, морфологическом, синтаксическом, стилистическом, фонетическом и паралингвистическом уровнях.

В параграфе 3.1 «Лингвистические средства и способы вербализации вежливости в русскоязычных интернет-комментариях» выявляются следующие средства вербализации вежливости в русскоязычных интернет-комментариях.

Способы вербализации вежливости и антивежливости в русскоязычных интернет-комментариях в значительной мере сосредоточены на лексическом уровне. **Лексические средства** для реализации стратегий вежливости в русскоязычных комментариях включают следующие:

1) лексика, обозначающая положительные эмоции (*радоваться, любить, нравится, обожать, вдохновлять, уважать, восхищаться* и др.): *Спасибо большое! Очень **нравятся** Ваши рецепты!* (YouTube. 19.10.2022);

2) лексика и выражения, обозначающие положительную оценку (*молодец, прелесть, респект, прекрасный, великолепный, браво, класс* и др.): **Красота и величие! Какое счастье** учиться в этом университете!!! (Дзен. Дата обращения: 13.10.22);

3) интенсификаторы, выражающие высокую и максимальную оценки, а также выделение и акцентирование каких-либо качеств и признаков (*такой, совершенно, абсолютно* и др.): *Олег, Вы **абсолютно** правы. Великолепный комментарий* (Дзен. Дата обращения: 18.10.22);

4) лексика, подтверждающая подлинность положительных качеств характеризуемого объекта (*подлинный, истинный, настоящий, реальный, прямой* и др.): **Настоящий артист!** Перевела все в шутку и маленькую сценку) обожаю Хиблу (YouTube. 17.10.2022);

5) этикетные формулы: *Хочу просто **поблагодарить тебя за то что ты есть** и ведешь этот канал!* (YouTube. Дата обращения: 17.10.2022).

Морфологические средства для реализации стратегий вежливости в русскоязычных комментариях включают следующие:

1) наречия меры и степени качества, выделительно-ограничительные частицы, которые употребляются для ограничения негативной оценки (*мало, немного, чуть-чуть, только, всего лишь* и др.): *очень вкусно было но **чуть-чуть** холодная* (Delivery-club. Дата обращения: 21.10.2022);

2) отрицательное местоимение *никто*, которое употребляется для ухода от прямого называния: **никто никого не хуже** (YouTube. 21.02.2022);

3) глаголы мнения и суждения, которые помогут снизить категоричность негативной оценки путём акцентирования субъективности (*считать, думать, полагать, казаться* и т.д.): **Мне кажется, что верх зеленого не совсем Маринин цвет.** (Дзен. Дата обращения: 26.04.23);

4) сослагательное наклонение: **Хотелось бы** увидеть как это все вы готовите (YouTube. Дата обращения: 20.10.2022);

5) императив с использованием слова *пожалуйста*: **Здравствуйтесь, подскажите пожалуйста, почему на 42:10 сократили на 3 только два числа из уравнения, а не всё?** (YouTube. 01.04.2023);

6) формы превосходной степени прилагательных и наречий, которые усиливают положительную семантику высказывания, интенсифицируют выражение основных семантических признаков: **Прекраснейшее интервью!** (YouTube. Дата обращения: 27.03.2022).

Словообразовательные средства: суффиксы субъективной оценки, которые придают словам уменьшительно-ласкательный оттенок: - *онк(а)*, -

юшк(а); -ик/-ек; -чк; -оньк(а)/ -еньк(а) и др.; суффиксы с увеличительным значением, которые могут употребляться для усиления положительных качеств или особенностей объекта: -ищ-, -ина и др.; приставки и части слов, содержащие семантику максимальной степени выражения признака: супер-, наи-, высоко- и др.): *Сашенька, солнышко! Не то, что порадовал, да еще и воодушевил (я о видео)! Ты такая умничка, такой уют создаешь вокруг себя.* (YouTube. Дата обращения: 12.03.2023).

Для реализации стратегий вежливости – с целью усиления эмоциональности, выражения сопереживания, снятия категоричности и др. – в русскоязычных комментариях используются следующие **синтаксические средства**:

1) повествовательные предложения отождествления с именным сказуемым: X есть Y, где Y – предикат – лексема с положительной оценкой: *Саня ты ангел хранитель всех животных* (YouTube. 11.03.2023);

2) повествовательные предложения с глагольным сказуемым, где лексическое значение сказуемого и его распространителей характеризуется наличием позитивной семантики: *Вы приятно, красиво рассказываете и герои в Ваших видео интересные. Благодарю за Ваш труд.* (YouTube. 31.10.2022);

3) восклицательные повествовательные предложения чаще всего с эмотивными конструкциями *так X, такой X, как X, какой X* и т.п. В том числе часть предложения X часто обозначает положительные качества или особенности предмета: *Такая классная и прикольная красивая!* ♥ (YouTube. 18.10.2022);

4) предикативные конструкции с императивом, которые реализуются в побудительных, восклицательных предложениях с элементом *давайте X*: *Ребят давайте поможем Сане, ведь он старается для нас, для природы.* (YouTube. Дата обращения: 11.03.2023);

5) сложносочиненные предложения с сопоставительными союзами *но, однако*: *Квартира отличная, но автору стоит нанять оператора либо научиться брать хорошие ракурсы и т.д.* (YouTube. 21.03.2022);

6) условные предложения: *Кстати, было бы корректно, если бы вы перед оценкой указывали год визита, это многое бы объясняло.* (Дзен. Дата обращения: 20.10.22);

7) слово-предложение: **ЧУДЕСНО!!!!** (Дзен. Дата обращения: 27.03.23);

8) вводные слова: *Но действительно, немного кажется, что эти наблюдения больше из 2000х. Щас все уже так не делают* (YouTube. 19.10.2022);

9) синтаксический параллелизм: *такая семья милая, такая девушка красивая, муж такой хороший...* (YouTube. Дата обращения: 20.10.2022);

10) парцелляция для усиления выражения положительных эмоций: *Настоящий артист. Перевела все в шутку. И маленькую сценку. Обожаю Хиблу* (YouTube. Дата обращения: 17.10.2022).

Эмоциональные проявления в эмотивных конструкциях реализуются в восклицательных предложениях, поддерживающих интенцию восхищения.

Стилистические средства для реализации стратегий вежливости в русскоязычных комментариях включают следующие: 1) тропы и фигуры речи (сравнение, метафора, эпитет, олицетворение, гиперболы, повтор, многосоюзие и др.): *Камила – звёздочка, сокровище, бриллиант!!! Её действительно надо беречь и быть ей бесконечно благодарной!.. Её поступок сродни подвигу!.. это надо признать!!!* (YouTube. 14.10.2022) **(метафора)**;

2) трансформация прецедентных текстов или «переделанные» фразеологизмы как прием языковой игры: *Доброта спасёт мир! Мужчина молодец, добрая душа!* (Дзен. Дата обращения: 12.04.23).

Фонетические средства для реализации стратегий вежливости в русскоязычных комментариях включают следующие: 1) звукоподражание: *Была в Китае в таком ресторане, с морепродуктами, ммм шикардос (ээ)*; 2) имитация в письменном тексте разговорно-фонетических средств: *.. О-о-о-о-о очень понравилось ВСЁ!!*.

Паралингвистические средства для реализации стратегий вежливости в русскоязычных комментариях следующие:

1) многократное дублирование восклицательного знака, закрывающей круглой скобки, одной и той же буквы, эмодзи, количество которых прямо пропорционально интенсивности выражаемой положительной эмоции: *Какие вы все потрясающие!!!)) И позитивные!!!))*;

2) выделение заглавными буквами слов и фраз для подчеркивания положительных эмоций: *Аня солнышко золотое. Ты достойна. ТАЛАНТИЩЕ*;

3) использование многоточия для избегания негативной информации: *Но кофе...что это там плавало - не понятно*;

4) кавычки для обозначения иносказательности с намеком на обратный смысл: *безсвязная рекламная статейка с кучей "умных" слов, которые обычным читателям не ясны.* (Дзен. Дата обращения: 16.10.22).

В параграфе 3.2 «Лингвистические средства и способы вербализации антивежливости в русскоязычных интернет-комментариях» выявляются следующие средства вербализации антивежливости в русскоязычных интернет-комментариях:

Лексические средства для реализации стратегий антивежливости в русскоязычных комментариях включают следующие:

1) гробизмы разного рода: общего характера, называющие человека по гендерному признаку, оскорбляющие умственные качества человека и пр.: (*уродливый, дурацкий, чувак, баба, дурочка, чудовище, хамка, бред, ерунда* и др.): *Какая уродливая обувь.* (YouTube. Дата обращения: 19.10.2022); *Туповатая бабеха.* (Дзен. Дата обращения: 18.02.23) и под.

2) лексические средства, обозначающие отрицательные эмоции (*дизлайк, кошмар, надоест, противный, фу* и др.): *Фу 'какая противная и омерзительная псина!* (Дзен. Дата обращения: 02.04.23);

3) интенсификаторы, помогающие выражать высокую и максимальную отрицательную оценки, усиливать семантический признак, который указывает на какие-то отрицательные качества и признаки объекта (*такой, самый, полный, совершенно, абсолютно, прямо, просто* и др.): **Такой бред, даже читать противно!!!** (Дзен. Дата обращения: 14.10.22);

4) эрративы: **Ужос ужос во всех случаях** (Дзен. Дата обращения: 15.05.23);

5) окказионализмы: **А этот говнохудожник не хочет нарисовать портрет мужчины, которого баба облила бензином и заживо сожгла?** (VK. Дата обращения: 14.02.2023).

Морфологические средства для реализации стратегий антивежливости в русскоязычных комментариях включают следующие:

1) повелительное наклонение глагола, которое употребляется для предъявления грубого требования: **Ирина, сиди дома, обмотайся фуфайкой и не будет ни какой сексуализации тела.** (Дзен. Дата обращения: 13.04.23);

2) формы превосходной степени прилагательных и наречий, которые усиливают отрицательную семантику высказывания: **Тупейшее существо** (Дзен. Дата обращения: 18.02.23).

Словообразовательные средства, которые могут придавать высказыванию отрицательный оттенок как оттенок пренебрежительности, ироничности, сарказма (суффиксы с увеличительным значением, которые могут употребляться для усиления отрицательных качеств или особенностей объекта: *-ищ-, -ина* и др.; суффиксы, выражающие отрицательную оценку, наделяющие сообщение оттенками ироничности, презрения, пейоративности: *-иха, -ятин(а), -аст(а), -як(а), -ишк(а/у)* и др.). **Магазин М., ты такая же бегемотиха?** (Дзен. Дата обращения: 28.04.23).

Синтаксические средства для реализации стратегий антивежливости в русскоязычных комментариях включают следующие:

1) восклицательные повествовательные предложения чаще всего с эмотивными конструкциями *так X, такой X, как X, какой X* и т.п. В том числе часть предложения X часто обозначает отрицательные качества или особенности предмета: **Какие глупости, полно замужних именно таких.** (Дзен. Дата обращения: 14.10.22);

2) вопросительно-риторическое предложение: **Кто эти люди? Какие звёзды? Кому они нужны? П** (YouTube. Дата обращения: 12.10.2021);

3) вопросительное восклицательное предложение: **Как бездарная силиконовая баба, у которой нет ни вкуса, ни достоинства может хотя бы сравнивать себя с легендой Голливуда?!** (YouTube. 07.05.2022);

4) синтаксический параллелизм, который усиливает экспрессивность и выразительность отрицательных эмоций высказываний **Капец, одинаковые названия, одинаковые рецепты, одинаковые заголовки. Вы клонируете что-ли???** (Дзен. Дата обращения: 27.03.23).

Стилистические средства для реализации стратегий антивежливости в русскоязычных комментариях включают тропы и фигуры речи (сравнение, метафора, повтор, эпитет, гипербола, антитеза, многосоюзие и др.). Например:

Namarasa Надежда Черепанова: Какая нежная, эротичная, притягательная Мэрилин и какая жесткая, грубая, пошлая Ким. (YouTube. 07.05.2022). Антитеза строится на резком противопоставлении слов, образов, мыслей. В данном примере автор комментария противопоставляет Ким Кардашьян легендарной голливудской актрисе Мэрилин Монро, чтобы выразить отрицательное отношение к Кардашьян.

Фонетические средства для реализации стратегий антивежливости в русскоязычных комментариях включают следующие: 1) звукоподражание; 2) имитация в письменном тексте разговорно-фонетических средств: *Гость: Да какая болезнь?! Это просто спекуляция на болезни. У нас в городе появились афиши с ее концертами. Знаете как называется тур? «Я буду жить»! Пфффф. Привлекаем внимание к себе не супер крутыми песнями, а якобы болячками.* (Дзен. Дата обращения: 08.11.22). Звукоподражание *Пфффф* употребляется для обозначения неверия или скептицизма.

Паралингвистические средства для реализации стратегий антивежливости в русскоязычных комментариях включают следующие:

1) эвфемизмы графического уровня, образуемые обычно заменой букв в середине или конце слова на «.», «-», «*», «@», «0» и т.д.: *Хорошо, что мы больше не участвуем в этом д..ьме;*

2) использование знаков препинания, круглой скобки, изображений, интернет-мемов, эмодзи (эмотиконы, смайлы, стикеры) и др. для выражения отрицательных эмоций. Обычно для усиления экспрессивности, комментаторы сделают многократное дублирование вопросительных и восклицательных знаков, круглой скобки, одной и той же буквы, эмодзи, количество которых прямо пропорционально интенсивности выражаемой отрицательной эмоции: *Это ужас!!!! Натянуть Легенды, Звёзды платье на свое непонятное тело!!!!!!!!!!!! Собою унижать Мерилин, ее наряды!!!!; ахахахаха ну и фигура у ниво :)));*

3) выделение заглавными буквами слов и фраз для подчеркивания отрицательных эмоций: *Z. V.: ТУПИЗНА НА МОЗГ НАТЯНИ КУРИЦА* (Дзен. Дата обращения: 18.02.23).

Данные средства разных языковых уровней могут использоваться самостоятельно или в составе языковых комплексов.

В заключении подводятся итоги исследования, обобщаются основные результаты работы, намечаются перспективы дальнейшего изучения темы.

Интернет-комментарий является одной из форм интерпретации текста в интернет-пространстве, выражением мнения интернет-пользователя на любой заданный стимул в интернет-пространстве.

Интернет-комментарий сочетает в себе признаки устной и письменной речи, но и отличается от них, объединяя в себе такие элементы, как индивидуальность высказываемого мнения, идиостиль автора, актуальность, кратковременность существования, эмоциональный посыл, использование невербальных компонентов для усиления модальности.

Вежливость и антивежливость характеризуют языковой и социально-культурный уровни коммуникации. В нашем понимании следует различать явления антивежливости, невежливости и грубости: между данными понятиями существуют как пересечения, так и расхождение значений. Антивежливость включает значительно более широкий спектр отрицательных коммуникативных проявлений, целеустановкой которых является намеренно конфликтное речевое поведение.

Исследование подтвердило выдвинутую гипотезу о том, что «вежливость» и «антивежливость» являются широкими проявлениями позитивного и негативного оценочно-эмоционального речевого поведения человека, могут рассматриваться как макростратегии, расширяющие традиционную трактовку этикетности или невежливости и грубости, включающие в себя коммуникативные стратегии, реализующиеся через определенные речевые жанры, речевые действия и приемы. В русскоязычных интернет-комментариях «вежливость» и «антивежливость» не всегда эксплицируются прямо, в ряде случаев реализуются в контексте через набор интенций при помощи использования определенных вербальных и невербальных средств. Результаты также показали, что названные макростратегии могут реализовываться в различных видах интернет-комментариев. Макростратегии вежливости и антивежливости задаются модальностью, в то время как интенции определяют форму и жанр. Иногда в одном комментарии одновременно существуют стратегии вежливости и антивежливости, такие комментарии, по нашему мнению, являются антивежливыми, так как деструктивные интенции преобладают в тональности интернет-комментария.

В макростратегию понятия «вежливость» входят такие коммуникативно-поведенческие проявления (стратегии), как тактичность, деликатность, иносказательность, эвфемизация, приветливость, комплиментарность, уважительность, этикетность, юмор. Комментаторы употребляют данные стратегии, речевые жанры и приемы для того, чтобы достичь наилучшего коммуникативного эффекта, избежать конфликта, создать позитивный образ.

В макростратегию антивежливости входят такие коммуникативно-поведенческие проявления, как грубость, хамство, непристойность, дисфемизация, назойливость, бестактность, неуважительность, враждебность, безучастность, презрительность, высокомерие, насмешка, троллинг и унижение. Установлено, что репертуар жанров в стратегии антивежливости значительно беднее, нежели при возможности реализации вежливости. В макростратегии антивежливости преобладает жанр оскорбления. Стратегии антивежливости в основном реализуются в виде комментария с негативными эмоциями

Следует отметить, что помимо лингвистической картины коммуникативных проявлений вежливости и антивежливости, данное исследование актуализирует серьезную социальную проблему, отражающую

общую экологию коммуникативного интернет-пространства и статус коммуникантов, демонстрирующих определенное речевое поведение. Предотвращение антивежливого речевого поведения – актуальная проблема. При ее решении, во-первых, надо учитывать возможность введения цензурированной модерации интернет-контента и его комментариев в пространстве публичной коммуникации, которым является интернет-среда. Во-вторых, необходимо усилить мониторинг и управление со стороны законодательства: отсутствие правового статуса стимулирует интернет-пользователей на бесконтрольное употребление стратегий антивежливости, что порождает последующую их трансформацию в формы языкового экстремизма и даже физического насилия. Помимо этих, важны и воспитательные меры по повышению знаний молодежи о нормах коммуникативной этики, что является фундаментальным подходом к решению данной проблемы. Поэтому владение стратегиями реализации вежливой коммуникации важно для интернет-пользователей.

Перспективы дальнейших исследований вежливости и антивежливости могут быть связаны с сопоставительным исследованием данных категорий и применения коммуникативных стратегий в разных лингвокультурах. Интересным представляется и рассмотрение специфики вежливого и антивежливого коммуникативного поведения на различных интернет-платформах. Наконец, из-за сложности понятий вежливости и антивежливости, мало исследователей применяют количественные методы для изучения вежливости и антивежливости, которые позволят впоследствии уточнить характер происходящих изменений.

Работы, опубликованные по теме диссертации

Статьи в журналах, включенных в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук:

1. **Ван Юе.** Языковые средства выражения эмоциональной и рациональной оценочности в интернет-комментариях / Юе Ван // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. – 2022. – Т. 11, № 4. – С. 55-65. – 0,69 п.л.

2. **Ван Юе.** Вежливость и антивежливость в коммуникативном пространстве интернета (на материале интернет-комментариев) / Юе Ван // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. – 2023. – Т. 12, № 1. – С. 48-52. – 0,31 п.л.

3. **Ван Юе.** Семантическое поле «Антивежливость» и его проявление в интернет-коммуникации / Юе Ван, Л. М. Гончарова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2023. – Т. 16, № 4. – С. 1076-1081. – 0,2 п.л. / 0,18 п.л.

Статьи в прочих научных изданиях:

4. **Ван Юе.** Речевой этикет в интернет-комментариях: проявление, соблюдение, нарушение / Юе Ван // Актуальные проблемы и современные тенденции развития социально-экономических наук в XXI веке: взгляд молодых ученых : Сборник статей II Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, Москва, 17 декабря 2020 года. – Киров: Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании, 2021. – С. 108-112. – 0,31 п.л.

5. **Ван Юе.** Вежливость и тактичность: способы языковой реализации в русском языке (на материале интернет-комментариев) / Юе Ван // Гуманитарные технологии в современном мире: Сборник статей IX Международной научно-практической конференции. Памяти доктора педагогических наук, главного редактора научного журнала «Современная коммуникативистика», профессора Оскара Яковлевича Гойхмана, Светлогорск, 03–05 июня 2021 года / Составители Л.М. Гончарова, Т.В. Нестерова, Э.А. Китанина. – Калининград: РА «Полиграфычъ», 2021. – С. 53-58. – 0,38 п.л.

6. **Ван Юе.** Способы вербализации коммуникативной тактики юмора в интернет-комментариях / Юе Ван // Общение в эпоху конвергенции технологий. – Москва: Психологический институт Российской академии образования, 2022. – С. 95-97. – 0,19 п.л.

7. **Ван Юе.** Способы вербализации коммуникативной тактики глорификации в интернет-комментариях / Юе Ван // Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие. XXIII Кирилло-Мефодиевские чтения: Материалы Международной научно-практической конференции, Москва, 24 мая 2022 года. – Москва: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, 2022. – С. 249-254. – 0,38 п.л.

8. **Ван Юе.** Коммуникативная тактика эвфемизации и смягчения негативной оценки в интернет-комментариях / Юе Ван // Гуманитарные технологии в современном мире : Сборник статей X Международной научно-практической конференции, посвященной памяти доктора педагогических наук, главного редактора научного журнала «Современная коммуникативистика», профессора Оскара Яковлевича Гойхмана, Калининград, 19–22 мая 2022 года. – Калининград: Полиграфычъ, 2022. – С. 34-37. – 0,25 п.л.

9. **Ван Юе.** Способы вербализации коммуникативной тактики намёка в интернет-комментариях / Юе Ван // Коммуникация – Общество – Человек: Сборник научных трудов I Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием, Ярославль, 13–15 октября 2022 года / Под редакцией Т.Б. Кольшкиной и И.В. Шустиной. – Ярославль: Общество с ограниченной ответственностью "ПКФ "СОЮЗ-ПРЕСС", 2022. – С. 240-244. – 0,31 п.л.