

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»

*На правах рукописи*

*Ван Юе*

**Ван Юе**

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

5.9.5 – Русский язык. Языки народов России

Диссертация на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Научный руководитель:  
кандидат филологических наук,  
доцент  
Гончарова Любовь Марковна

Москва – 2023

## Оглавление

<b>Введение .....</b>	<b>4-12</b>
<b>Глава 1. Лингвопрагматические и дискурсивные основания исследования жанра интернет-комментария .....</b>	<b>13-35</b>
1.1. Интернет-комментарии как коммуникативная среда виртуального пространства: к определению понятий .....	13-28
1.1.1. Комментарий как коммуникативный жанр .....	14-15
1.1.2. Комментарий в интернет-пространстве. Жанр интернет-комментария... ..	15-26
1.1.3. Характерные черты интернет-комментария.....	26-28
1.2. Подходы к типологизации интернет-комментариев .....	29-32
Выводы по первой главе.....	32-35
<b>Глава 2. Реализация макростратегий вежливости и антивежливости в коммуникации .....</b>	<b>36-96</b>
2.1. Понятийная составляющая макростратегии «вежливость» в русском языке .....	37-45
2.2. Коммуникативные стратегии, реализующие макростратегию «вежливость» в русскоязычных интернет-комментариях .....	46-64
2.2.1. Коммуникативные стратегии тактичности, деликатности, иносказательности и эвфемизации .....	46-51
2.2.2. Коммуникативные стратегии приветливости, комплиментарности, уважительности .....	51-57
2.2.3. Коммуникативная стратегия этикетности .....	57-62
2.2.4. Коммуникативная стратегия юмора.....	62-64
2.3. Понятийная составляющая макростратегии «антивежливость» в русском языке.....	64-74
2.4. Коммуникативные стратегии, реализующие макростратегию «антивежливость» в русскоязычных интернет-комментариях .....	74-93
2.4.1. Коммуникативные стратегии грубости, хамства, непристойности, дисфемизации и назойливости.....	74-81

2.4.2. Коммуникативные стратегии бестактности, неуважительности .....	81-83
2.4.3. Коммуникативные стратегии враждебности, безучастности .....	83-86
2.4.4. Коммуникативные стратегии презрительности, высокомерия, насмешки .....	86-89
2.4.5. Коммуникативные стратегии троллинга, унижения .....	89-93
Выводы по второй главе .....	93-96
<b>Глава 3. Лингвистические средства и способы вербализации макростратегий вежливости и антивежливости в русскоязычных интернет-комментариях .....</b>	<b>97-153</b>
3.1. Лингвистические средства и способы вербализации вежливости в русскоязычных интернет-комментариях .....	97-129
3.1.1. Лексические средства .....	97-110
3.1.2. Морфологические средства.....	110-117
3.1.3. Синтаксические средства .....	117-122
3.1.4. Стилистические средства .....	122-124
3.1.5. Фонетические средства.....	125-126
3.1.6. Паралингвистические средства.....	126-129
3.2. Лингвистические средства и способы вербализации антивежливости в русскоязычных интернет-комментариях .....	129-149
3.2.1. Лексические средства .....	130-138
3.2.2. Морфологические средства.....	138-140
3.2.3. Синтаксические средства .....	140-142
3.2.4. Стилистические средства .....	142-146
3.2.5. Фонетические средства.....	146-147
3.2.6. Паралингвистические средства.....	147-149
Выводы по третьей главе.....	150-153
<b>Заключение.....</b>	<b>154-157</b>
<b>Список литературы.....</b>	<b>158-184</b>

## Введение

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 шуточно-игровая интонация. Само понятие «антивежливость» еще не получило достаточного освещения в научной литературе, лишь относительно недавно став предметом специальных исследований.

По мнению автора, 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 соотнесении 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;

6) 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, Л.Ю. Щипицина, О.В.

Эпштейн, Н.Н. Романова, Н.Г. Асмус, Е Фэнюнь, Шао Яньли и Чжан Хун, Ян Синьминь, Сюй Хайянь и Шан Сяньюй, 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, 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 Юего, 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.

**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 других. 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 составе языковых комплексов.

**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.

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

**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. Память доктора педагогических наук, главного редактора научного журнала "Современная коммуникативистика", профессора Оскара Яковлевича 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 Оскара Яковлевича Гойхмана», Калининград, 2022, «Коммуникация - Общество – Человек. I Национальная научно-практическая конференция научно-педагогических и практических работников с международным участием», Ярославль, 2022 и на заседаниях кафедры общего и русского языкознания Государственного института русского языка им. А.С. Пушкина (2020-2023).

**Структура работы.** Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы.

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 первой главе «Лингвопрагматические и дискурсивные основания исследования жанра интернет-комментария» обсуждаются определение, жанровые характеристики и типологизация понятия «интернет-комментарий».

Во второй главе «Реализация макростратегий вежливости и антивежливости в коммуникации» 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, предложена модель реализации макростратегий вежливости и антивежливости на материале русскоязычных интернет-комментариев.

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

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

Список литературы содержит 272 наименований, в том числе 24 – на иностранных языках.

## **Глава 1. Лингвопрагматические и дискурсивные основания исследования жанра интернет-комментария**

### **1.1. Интернет-комментарии как коммуникативная среда виртуального пространства: к определению понятий**

Согласно словарям, глагол «комментировать» имеет следующее значение: 1) «давать комментарий к какому-либо тексту», 2) «объяснять, пояснять, толковать что-л.» [Ефремова, 2000, с. 34]. По «Большому толковому словарю», «комментарий» представляет собой: 1) «разъяснительные примечания к какому-н. тексту», 2) «рассуждения, пояснительные и критические замечания о чём-н.» [Большой толковый словарь, 1992]. В словаре «Русский семантический словарь» под ред. Н.Ю. Шведовой, можно обнаруживать упоминание о комментарии: «речевые акты, характеризующиеся содержательно: толкование, объяснение (комментарий, объяснение, помета, разъяснение, трактовка и т. д.)» [Русский семантический словарь, 2003, с. 279–313].

В «доцифровую» эпоху, комментарий (от лат. *commentarius* – записная книжка, записки, заметки, толкование) трактовался в качестве элемента научно-справочного аппарата книги, либо в качестве книжного примечания или пояснения к тексту.

В дискурсе массмедиа комментариями называют разновидность оперативного аналитического материала, разъясняющего смысл актуального общественно-политического события, документа и т. п. Кроме прочего, комментарием называют как метод, так и жанр журналистики. В качестве метода комментарий применяется во всех формах публикаций. Как жанр, комментарий выделился из краткого аналитического сообщения типа корреспонденции в начале прошлого века. Юридические комментарии представляют собой пояснения ко всем существующим в правоведческой практике кодексам (семейному, уголовному, административному жилищному, гражданскому, гражданско-процессуальному)

[Дахалаева, 2014]. С развитием интернет-дискурса комментарий привлёк внимание учёных-лингвистов как особый жанр коммуникации.

### 1.1.1. Комментарий как коммуникативный жанр

А.Г. Поспелова рассматривает комментарий с точки зрения лингвистической прагматики. Она считает, что комментарий представляет собой интерактивный речевой акт, который служит для «распространения и дополнения предшествующего речевого акта собеседника или говорящего» [Поспелова, 2001, с. 33]. «В последнем случае речевой акт стимулируется репликой собеседника и является **ретрактивным**, т.е. говорящий возвращается к своей предыдущей реплике, внося необходимые изменения или пояснения (Д. Вундерлих)» [Там же]. В рамках данного понятия она выделяет также комментарий-подтверждение, комментарий-возражение, комментарий-отмену и комментарий-распространение. Комментарий-подтверждение – это согласие с высказанным мнением или намерением собеседника, подтверждение своего собственного предыдущего высказывания (ретракция); комментарий-возражение – несогласие с высказанным мнением или намерением; комментарий-отмена – отказ от собственного предыдущего высказывания (ретракция); комментарий-распространение – обеспечение предшествующего высказывания собеседника или говорящего (при ретрактивном акте) дополнительной информацией [Там же]. Учёный В.Н. Топоров полагает, что филологическое определение комментария состоит в «толковании, пояснении к тексту» [Топоров, 2006, с. 5] и это толкование и пояснение являются «своеобразной гносеологической моделью соотношения разума человека и окружающего мироздания» [Там же, с. 6].

В результате лексико-семантического анализа Л.Н. Степанова выделяет три вида комментария: 1) комментарий-толкование, функционирующий в текстологии, издательском деле, переводоведении; 2) комментарий-рассуждение в аналитической журналистике, и 3) коммент – «специальный компонент в структуре сообщения на информационных ресурсах, развлекательных сайтах, в блогах и т.п.,

где каждый желающий может вступить в дискуссию с автором текста и/или другими комментаторами» [Степанова, 2013, с. 95]. Второй вид комментария (журналистский комментарий) является комментарием с одним субъектом, с помощью которого журналист выражает своё субъективное мнение, даёт оценку. А третий вид комментария появляется с развитием технологий интернета, является комментарием с многими субъектами, представляет собой объект нашего исследования – интернет-комментарий. Именно он в отличие от традиционного журналистского комментария, объём интернет-комментариев является вариативным (от коротких мини-текстов до развёрнутых рассуждений).

Таким образом, в классическом понимании комментарий представляет собой некое пояснение к какому-либо тексту, предоставление дополнительной информации, объяснение, рассуждение и замечания о чём-нибудь.

Однако в интернет-коммуникации комментарий приобрела дополнительное значение коммуникативного действия личности, которая демонстрирует себя через выражение собственной точки зрения, мнения по обсуждаемой проблеме. Далее обратимся к особенностям функционирования жанра комментария в интернет-пространстве.

### **1.1.2. Комментарий в интернет-пространстве. Жанр интернет-комментария**

Сегодня трудно представить себе мир без Интернета: интернет-пространство предоставляет коммуникационную платформу пользователям, а масштабное распространение интернет-коммуникаций способствует стремительному развитию новых форм общения. В настоящее время функция комментирования на различных сайтах привлекает к участию всё большее число интернет-пользователей, поскольку она предоставляет людям возможность выразить отношение, мнение и оценку, позволяет людям поделиться информацией, задать вопрос автору или другим пользователям и уточнить непонятные ему моменты.

Определяя интернет-комментарий как жанр, вновь обратимся к источникам.

Так, в толковом словаре Ожегова под жанром понимается: 1) вид художественных произведений, характеризующийся теми или иными сюжетными и стилистическими признаками; 2) живопись на бытовые сюжеты; 3) (перен.) Манера, стиль. (В новом жанре.) [Большой толковый словарь 1992].

Многие исследователи полагают, что жанровая система Интернета базируется на понятии «речевого жанра», предложенного М.М. Бахтиным [Иванова, Зубарева, 2013, с. 1150]. Речевые жанры представляют собой устойчивые композиционные и стилистические типы высказываний в определённых сферах языка [Бахтин, 2000, с. 223]. Они соотносятся с типичными темами и ситуациями речевого общения, регулярно воспроизводимыми в определённых видах социального взаимодействия людей [Крылова, 2006, с. 226]. Основными признаками речевого жанра выступают смена субъекта речи, диалогичность, устойчивость, стереотипичность речи [Кожина, 1999].

По мнению Е.И. Горошко и Е.А. Земляковой, жанровая система интернет-коммуникации сложная и многогранная. Они выделяют следующие виды интернет-жанров: электронное письмо, форум, чат, доски объявлений, рекламные баннеры, коммуникация с помощью программ мгновенного обмена сообщениями, виртуальная конференция, пост, или заметка автора, комментарий [Горошко, Землякова, 2011, с. 234]. Рассматриваемый нами интернет-комментарий относится к числу интернет-жанров. В словаре языка Интернета отмечается, что интернет-комментарий уже стал одним из главных интернет-жанров и особым жанром письменного диалога [Словарь языка интернета.ru, 2016, с. 194].

Несмотря на быстро растущий интерес к изучению явления интернет-комментария, до сих пор ещё нет универсального понимания данного феномена.

Традиционный комментарий получил свое виртуальное воплощение в современном интернет-пространстве, т.к. с появлением Интернета понятие коммуникации расширилось многократно и во всех смыслах – от возможностей получения информации из многочисленных источников до её обсуждения, проявляющегося в полиинтерпертативности и поликомментарийности как сообщения в целом, так и его частей или отдельных высказываний.



Термин «интернет-комментарий» не только являет различие этого комментария от других форм комментариев, как толкование, рассуждение и т.д., но и раскрывает разнообразие комментариев в интернет-среде. Для углублённого изучения интернет-комментариев, рассмотрим подходы к пониманию и изучению интернет-комментариев в российских и зарубежных исследованиях.

Коммуникативная среда виртуального пространства предоставляет пользователям возможность обмена письменными сообщениями, что приводит к смещению и смешению характеристик письменной и устной коммуникации. Как особый вид интернет-коммуникации, интернет-комментарий также и является частью коммуникативной среды виртуального пространства, обладает своей спецификой. Интернет-комментарий сочетает в себе признаки устной и письменной речи, но и отличается от них, так как «устная речь в процессе интернет-коммуникации претерпевает неизбежное превращение – передается в форме печатного слова. Естественно, далеко не всегда комментарии представляют собой фиксацию устной речи в ее чистой форме» [Чубарова, 2020, с. 338]. Поэтому интернет-комментарий представляет собой относительно 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 публикуется в хронологическом порядке по времени, следовательно, можно проследить первые комментарии и последующие за ним – нередко содержащие вторичные замечания и размышления.

В российских научных работах встречаются такие термины, как «интернет-комментарий», «веб-комментарий», «онлайн-комментарий», «сетевой комментарий», «комментарий», «коммент» (от англ. Comment), «читательский комментарий / комментарий читателя» [ср.: Сидорова, 2006; Калашникова, 2010; Вгусе, 2010; Карпоян, 2011; Гималетдинова, 2012; Дахалаева, 2013; Иванова, Зубарева, 2013; Степанова, 2013; Дахалаева, 2014; Сидорова, 2014; Бирюкова, 2018; Титлова, 2021; Поляян, 2021; Карасик, 2023].

В.А. Митягина полагает, что интернет-комментарий представляет собой особый коммуникативный жанр персонального интернет-дискурса и может быть как фатическим (удовлетворять потребность в общении и реализовать эту потребность в свободной от обязательств форме), так и презентационным (способствовать самовыражению языковой личности и реализовать эту потребность в свободной, не зависящей от правил ритуальной коммуникации форме) [Митягина, 2012, с. 192].

Л.Н. Степанова рассматривает интернет-комментарий как особую форму дискурсивной практики с учётом взаимосвязи форм его реализации в Сети. На самом деле, одна из трудностей в определении интернет-комментариев заключается в том, что развитие технологий Интернета привело к тому, что интернет-жанры находятся в постоянном процессе развития и изменений, и эти развития и изменения могут влиять на форму существования интернет-комментариев.

С.М. Карпоян определяет интернет-комментарий как «коммуникативную среду, в рамках которой достоверность знаний и фактов обретают свою репрезентацию, интерпретацию, обсуждение и оценивание» [Карпоян, 2014, с. 25]. По мнению исследователя, «интернет-комментарий является одним из основных видов виртуальной коммуникации, реализующим, собственно, базовую функцию Всемирной сети – интерактивность. Посредством комментария на интернет-сайтах различного типа – новостных, аналитических, в блогах и форумах – выражается отношение пользователя сетей к событиям, мнениям, постам, формулируется индивидуальное и коллективное мнение пользователей о проблемах, анализируются преимущества и достижения, критикуются недостатки, приводится оценка материалов сети – в целом, ведётся непрерывный диалог, отражающий жизненную реальность в виртуальном пространстве» [Карпоян, 2014].

Эта новая коммуникативная среда виртуального пространства обладает своей коммуникативной спецификой, что обусловлено двумя определяющими факторами развития социума: «1) в условиях развития постмодернистского общества: в его центре находится творческая, абсолютно свободная и

плюралистичная личность; 2) в результате смены доминирующего типа общения в российском обществе с тоталитарного на диалогическое, всё ярче проявляются такие признаки коммуникации, как орализация, диалогизация, плюрализация и персонификация общения» [Карпоян, 2011, с. 42]. Эта новая коммуникативная среда не только вызывает изменения человеческого образа жизни, но и способствует развитию языка. В интернет-коммуникации часто появляются различные новые формы, так как интернет представляет собой «высокотехнологическое и высокодинамичное коммуникативное пространство, которое находится в постоянном движении, постоянной эволюции» [Горошко, Землякова, 2011, с. 235].

Интернет-комментарий является одной из форм интерпретации текста в интернет-пространстве, выражением мнения интернет-пользователя на любой заданный стимул в интернет-пространстве, широко функционирует в рамках сайта новостей, веб-форумов, веб-логов, веб-микроблогов, социальных сетей, видеохостингов и многих других веб-жанров. В структуру интернет-комментария обычно включены имя интернет-пользователя (никнейм), аватар, гиперссылки на личную страницу, время отправки, текст, отметка «мне нравится» или «мне не нравится», возможность поделиться, пожаловаться на интернет-комментарий и т.д.

Т.И. Стексова определяет интернет-комментарий как «рассуждения, пояснительные и критические замечания о чём-нибудь» [Стеклова, 2013, с. 77]. Она характеризует интернет-комментарий по анкете речевых жанров Т.В. Шмелевой, определяя данный жанр как оценочно-императивный (по коммуникативной цели), где авторами и адресатами становятся сами создатели комментариев, по коммуникативному прошлому интернет-комментарий представляет собой реакцию на корневой пост и в то же время он ориентирован на дальнейшую коммуникацию (коммуникативное будущее), и, наконец, в языковом плане данный жанр характеризуется использованием разговорного стиля с элементами просторечия, приёмов экспрессии и эмотивности [Стеклова, 2013, с. 87].

И.Г. Сидорова даёт следующее определение: «Под интернет-комментарием мы предлагаем рассматривать текст, в котором вербально определяется

коммуникативное действие личности, которая демонстрирует себя через открытую публикацию своего мнения/оценки (к которым мы относим: комментирование статьи, размещенной в Интернете; перепост информации, касающейся в том или ином роде самой личности; использование невербальных инструментов комментирования отметка «LIKE/DISLIKE») [Сидорова 2014: 161].

Л.Ю. Щипицина характеризует интернет-комментарий как «короткое сообщение, выражающее мнение читателя о различном исходном сетевом материале» [Щипицина, 2015, с. 528]. По мнению Л.Ю. Щипициной, интернет-комментарий является субжанром, так как он является вторичным текстом и в силу своей лаконичности не может быть проанализирован отдельно от комментируемого текста.

А.В. Кирилина рассматривает интернет-комментарий как интерактивный жанр интернет-общения. По её мнению, интернет-комментарий является «запечатлённой на электронном носителе (быструю) реакцию читателя на сообщение о каком-либо факте» [Кирилина, 2015, с. 68].

В.А. Спиридонова придерживается мнения о том, что интернет-комментарий представляет собой «реакцию реципиента на текст-стимул, вербализация которой в сети Интернет служит самоопределению автора относительно того или иного явления действительности» [Спиридонова, 2016, с. 42]. Она считает, что интернет-комментарий и текст новостных сообщений («стартовый» стимул) составляют единое текстовое пространство, один и тот же интернет-комментарий может функционировать одновременно и в качестве стимула, и в качестве реакции, он является двунаправленной единицей [Спиридонова, 2016, с. 45].

А.Р. Шхумишхова считает *интернет-комментарий и коммент* разными жанрами. Согласно её мнению, интернет-комментарий относится к исконно сетевым жанрам, но он занимает особое место, так как, во-первых, интернет-комментарий имеет много общего с комментарием, свойственным реальному общению, а во-вторых, интернет-комментарий отличается двойственной природой и потому может быть отнесён и к персональному интернет-дискурсу, и к медиадискурсу. Таким образом, «интернет-комментарий, который считается

продуктом коммуникативно-речевой деятельности частно-публичной личности, отличается от собственно сетевого жанра – коммента» [Шхумишхова, 2018, с. 388].

О.В. Эпштейн рассматривает интернет-комментарий как форму коммуникации, имеющую собственные языковые характеристики. Интернет-комментарий определяется им как «форма виртуального речевого взаимодействия или непосредственного участия в диалоге, выстраиваемого вокруг некоего события, призванная рассуждать, пояснять или критически отзываться о чём-либо» [Эпштейн, 2019, с. 192]. По его мнению, основная цель интернет-комментариев состоит в «оказании коммуникативного воздействия путём репрезентации, интерпретации или оценивания существующих фактов» [Там же].

М.П. Филиппова полагает, что интернет-комментарий является: 1) полилогическим жанром с возможностью неограниченного количества участников коммуникации; 2) асинхронным жанром общения, так как запись, к которой комментарий может относиться, находится в поле зрения пользователей сайта от нескольких часов до нескольких дней, затем она теряет актуальность и «скатывается» в нижнюю часть ленты, но возможность комментирования записи остается; 3) исконно сетевым жанром, благодаря фиксированным особенностям, обусловленным виртуальной средой [Филиппова, 2020, с. 1050].

М.Г. Васильева даёт следующее определение интернет-комментария: «субжанр интернет-коммуникации, распространённый в социальных медиа, который имеет следующие особенности: мультимедийность, интерактивность, ориентация на адресата, многостильность, эмоциональная выразительность, многофункциональность» [Васильева, 2021, с. 260].

Т.Н. Колокольцева полагает, что интернет-комментарий представляет собой «вторичный диалогический сетевой жанр, предназначенный для выражения реакции адресатов на то или иное сообщение, для передачи мнений и оценок интернет-пользователей относительно определённых речевых и неречевых событий» [Колокольцева, 2021, с. 205].

Н.Г. Асмус определяет интернет-комментарий как «вторичный исконно-сетевой жанр, возникший в результате воздействия медиатехнологий» [Асмус,

2021, с. 24]. По его мнению, интернет-комментарий совмещает в себе черты институционального и личностно-ориентированного типов дискурса и близок к публицистическому дискурсу по функциональности, так как призван информировать, воздействовать и убеждать. Пользователь пытается путём убеждений добиться изменений в мировосприятии партнёра по коммуникации [Там же].

В.И. Карасик рассматривает интернет-комментарий как «особый жанр общения, основными целями которого являются поддержание коммуникации, уточнение информации, её оценочная квалификация и самовыражение» [Карасик, 2023, с. 318]. По его мнению, «реакции читателей в основном сводятся к оценке фактуального содержания материала, поддержке либо критике блогера и демонстрации своего Я» [Там же].

В китайских лингвистических исследованиях учёные также обращаются к жанру интернет-комментария. Китайский учёный Ху Вэньлун полагает, что как и массовая коммуникация, интернет-коммуникация содержит как фактическую информацию, так и информацию, основанную на мнениях, а интернет-комментарий относится к информации, основанной на мнениях интернет-пользователей [Ху Вэньлун, 2001].

Ван Чжэнье и Ли Шу полагают, что интернет-комментарий, по сути, представляет собой информацию о мнении, оценочное мнение, выраженное индивидами или организациями онлайн по поводу новостей, социальных явлений или общественных проблем [Ван Чжэнье, Ли Шу, 2004].

Е Фэнюнь, Шао Яньли и Чжан Хун считают, что интернет-комментарии составляют 4 элемента: элемент субъекта, элемент объекта, элемент информации и элемент посредника. Элемент субъекта имеет в виду интернет-пользователей, которые оставляют интернет-комментарии. Это субъект формирования интернет-комментариев, субъект субъективной оценки и эмоционального выражения после реального опыта. Элемент объекта является читателем, который ожидает читать предыдущие интернет-комментарии и извлечь полезные информации из них. Элемент информации представляет собой конкретное содержание интернет-

комментариев. Элемент посредника охватывает две основные области: средства коммуникации (компьютеры, смартфоны, планшеты и т.д., способные подключаться к Интернету) и платформы для интернет-комментариев (торговые площадки, социальная сеть и т.д.) [Е Фэнюнь, Шао Яньли, Чжан Хун, 2016].

Исследователь Чжао Шугуан полагает, что интернет-комментарий представляет собой «информацию о мнениях, передаваемую интернет-средой, в том числе комментарии к новостям, опубликованные через интернет, комментарии в формах сообщения, даньму и т.д., а также мнения интернет-пользователей, выраженные в виде мультимедиа в социальных сетях как Weibo, WeChat и т.д., на форумах или других новых медиа-платформах» [Чжао Шугуан, 2019, с. 9].

Результаты китайских исследователей о интернет-комментариях сосредоточены в области журналистики, менеджмента, маркетинга, компьютерных наук и технологии и лингвистики, в основном охватывают следующие стороны: 1) распространение общественного мнения в интернет-комментариях (Цао Сюеянь 2019; Лай Шэнцзян, Тан Сюемэй 2020); 2) влияние интернет-комментариев на желание потребителей совершить покупку (Ли Чжуань, Цзян Хоупин 2017; Ван Ян, Ван Вэйцзюянь, Лю Чжиюй 2018); 3) удовлетворённость пользователей и реакция продавцов на основе интернет-комментариев (Ван Цзучжу, Се Юеюнь 2017; Сюй Цзыюе 2018); 4) поиск мнений и анализ эмоций (Се Фацзюй, Лю Чэнь, Тан Ли 2018; Чэн Чжэншуан, Ван Лян 2019); 5) полезность интернет-комментариев (Ван Хайцзяо 2018); 6) особенности, функции и стили языка интернет-комментариев (Цянь Ицюнь 2015; Чжу Цзяни 2016).

Необходимо также разграничить два смежных понятия «интернет-комментарий» и «интернет-отзыв». Е.С. Дахалаева выявляет сходства и различия этих двух интернет-форм. По её мнению, у интернет-комментария и интернет-отзыва следующие общие свойства: вторичность, принадлежность авторства рядовым пользователям, наличие оценочного компонента и высокая степень пользовательской субъективности. Но у них есть и отличия: во-первых, у них исходные стимулы различной природы; во-вторых, в отличие от интернет-комментария, у интернет-отзыва высокая практическая значимость для

пользователей; в-третьих, существует платная практика написания интернет-отзывов [Дахалаева, 2014].

Сегодня комментирование пользуется большой популярностью среди интернет-пользователей, так как коммуникативная среда виртуального пространства поможет удовлетворять психологические запросы пользователей поделиться собственными мыслями, идеями, чувствами, переживаниями, получить поддержку со стороны малознакомых людей. М.Г. Васильева отмечает основные цели интернет-комментария: 1) оценка публикации целиком или какого-то фрагмента, 2) анализ содержания публикации, 3) дополнение материала своими примерами, фактами, собственными выводами, прогнозами, 4) эмоциональная поддержка или, наоборот, уничижение автора публикации, 5) эмоциональная реакция на содержание публикации (удивление, раздражение, тревога, восхищение и другие), 6) приглашение к дискуссии автора материала и/или другого комментатора, 7) развитие мыслей, образов, сюжетных линий публикации в некое продолжение истории, 8) провокация [Васильева, 2021]. Кроме этих, при комментировании пользователи могут реализовать потребность в самопрезентации. Здесь не имеют значения такие способы определения социального статуса, как возраст, пол, национальность, уровень образования и т.д., у пользователей низкий уровень ответственности за собственные слова.

Для пользователей почти не существуют ограничений на подключение к комментированию, кроме доступа в интернет. Но на рассматриваемых нами VK и YouTube невозможно оставить интернет-комментарий, если пользователь не зарегистрирован. И существует ограничение по объёму интернет-комментария (VK 280 знаков, YouTube 5000 знаков). Ограничение на количество слов привело к появлению коротких и лаконичных интернет-комментариев. И благодаря популярности смартфонов, интернет-комментарии могут быть записаны и опубликованы в любое время, что даёт им преимущество быть короткими, острыми и точными, в то время как простота публикации интернет-комментариев привела к спонтанности и увеличению преобладания эмоций в интернет-комментариях и интернет-комментарии с негативными эмоциями иногда могут привести к



коммуникативным конфликтам, оказать негативное влияние на гармоничность интернет-пространства.

Интернет-комментарий является порождением сети Интернет. Исследователи уже выделяют интернет-комментарий как самостоятельный жанр. П.В. Кошель придерживается мнения о том, что можно выделить интернет-комментарий как самостоятельный жанр интернет-коммуникации, поскольку он обладает технологическими свойствами, дающими ему самостоятельность и обособленность, анонимность, синхронность / асинхронность, приватность и коммуникативный канал [Кошель, 2013, с. 88]. Е.Н. Василенко также считает, что интернет-комментарий является отдельным жанром (а не субжанром) интернет-дискурса [Василенко, 2019, с. 59]. Но Л.Ю. Щипицина не поддерживает данную точку зрения. Она не считает интернет-комментарий самостоятельным речевым жанром, подчеркивая, что анализ интернет-комментариев отдельно от комментируемого текста не всегда возможен, так как интернет-комментарии могут быть весьма немногословными, эллиптическими и даже невербальными. На этом основании Л.Ю. Щипицина относит интернет-комментарий к несамостоятельным жанровым образованиям и рассматривает его как субжанр, под которым понимается «относительно законченные, обладающие определённой медийной реализацией образования, которые не могут существовать самостоятельно в пределах определённой службы Интернета или компьютерной программы и обязательно включаются в состав более крупного образования – жанра» [Щипицина, 2015, с. 529]. А.О. Якель также полагает, что с позиции адресанта, который порождает высказывание, можно рассматривать интернет-комментарий как отдельный жанр, но он и отметит, что с точки зрения адресата всё же выглядит несколько иначе. Проблема состоит в том, что часть интернет-комментариев является креолизованными, содержит экстралингвистические компоненты как фрагменты видео, фотографии, мемы, гиф-анимации, аудиофайлы и т. д. Они могут полностью или частично заменять текстовую основу интернет-комментария. При этом само обсуждение не прерывается, и адресат одинаково точно воспринимает как текстовые, так и нетекстовые интернет-комментарии. Но в таком отношении

интернет-комментарий перестаёт существовать как отдельный речевой жанр, а становится частью гипержанра обсуждения публикации. Гипержанры объединяют в своём составе разнофункциональные жанры интернет-коммуникации, например, социальная сеть, веб-порталы, видеохостинг и т.д. А.О. Якель предлагает рассматривать интернет-комментарий как новое диалоговое единство [Якель, 2020].

Мы разделяем точку зрения Л.Ю. Щипициной, считаем интернет-комментарий не самостоятельным жанром, а субжанром. М.М. Бахтин предлагает делить все жанры на первичные и вторичные, стандартизованные и более свободные, поэтому интернет-комментарий можно определить как субжанр, который является вторичным и более свободным. 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» [Попова, Сальникова, 2019, с. 230].

### **1.1.3. Характерные черты интернет-комментария**

Черты интернет-комментария обусловлены его своеобразной сферой появления и распространения. Вопрос об чертах интернет-комментариев уже ставился в российской научной литературе. Л.Т. Касперова предлагает, что у интернет-комментариев следующие черты: 1) наличие прототекста (а следовательно, интертекстуальность) или протоситуации (комментируется не текст, а личность автора или собственные ассоциации); 2) оценочность (открытая и/или скрытая); 3) диалогичность (собственно диалог; внутренний диалог; претензия на диалог); 4) субъективная модальность; 5) относительная лаконичность; 6) отсутствие заданной структуры [Касперова, 2018, с. 68]. К.А. Попова выделяет в качестве отличительных черт интернет-комментариев следующие признаки: 1) небольшой объём; 2) аграмматизм; 3) одновременная синхрония и асинхрония; 4) использование сокращений; 5) наличие обратной связи

с автором изначальной публикации и другими коммуникантами (то есть интерактивность); 6) публичность; 7) анонимность [Попова, 2021, с. 106]. В.В. Богомазова отметит черты как факультативный характер и отсутствие иллокутивного вынуждения [Богомазова, 2022, с. 226]. Кроме вышеуказанных, у интернет-комментариев ещё следующие свойства: 1) мультимедийность (проявляется в наличии аватара пользователя и некоторых элементах интерфейса, и пользователи могут создавать креолизованные тексты, использовать видео, аудио, изображение, смайлы, эмодзи, стикеры и т.д.; 2) гипертекстуальность (пользователь может добавить в свой комментарий ссылку на другой материал, которая может быть открыта в новом окне или вкладке браузера; 3) многостильность (существуют интернет-комментарии и разговорно-бытового стиля, иногда и художественного и публицистического стилей); 4) эмоциональная выразительность, экспрессивность; 5) спонтанность и существуют изменения общепринятых правил орфографии, пунктуации, синтаксиса, стилистики и т.д.

В силу своей приближенности к устной спонтанной речи, интернет-комментарии характеризуются рядом аспектов: во-первых, качество интернет-комментариев невысокое, и они сильно различаются. Из-за открытости Интернета, пользователи всех возрастов и разного культурного уровня могут участвовать в нём, а анонимность Интернета значительно снижает чувство личной социальной ответственности, позволяет интернет-пользователям высказывать своё мнение более открыто, иногда даже невежливо, нетактично и грубо. Если отсутствует строгий контроль над интернет-комментариями, то неизбежно появление нетактичных, ошибочных, ложных и отрицательных комментариев. Во-вторых, существуют боты-комментаторы, которые оставляют спам-комментарии под постами для получения трафика или достижения других коммерческих, политических целей и т.д. В Китае подобное явление называется интернет-армией воды, которая является скрытыми платными комментаторами, оставляет интернет-комментарии на заданную тематику. Эти платные комментаторы заказаны PR-фирмами для повышения осведомлённости о своих клиентах или в ходе рекламных кампаний. Они часто повторяют одинаковые интернет-комментарии на разные

интернет-контенты много раз. Интернет-армия воды может даже и влиять на общественное мнение, приводит к нестабильности общества.

Таким образом, в данном исследовании мы определяем интернет-комментарий 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, видеохостингах, новостных сайтах и т.д. Интернет-комментарий характеризуется публичностью или открытостью доступа, оценочностью, диалогичностью, субъективной модальностью, лаконичностью, интерактивностью, анонимностью, мультимедийностью, гипертекстуальностью, многостильностью, выразительностью и т.д.

2. Интернет-комментарий является вторичным текстом, не отделимым 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 получить информацию, познакомиться с взглядами других, выразить собственное отношение к событиям, мнениям, постам, видео и т.д., доказать свою точку зрения, получить обратную связь, оказать коммуникативное воздействие, убедить автора или других интернет-пользователей.

4. Эффективное комментирование предполагает рассудительные, рациональные комментарии, однако некоторые интернет-комментаторы часто позиционируют себя в качестве экспертов и вступают в конфликт с теми, кто не разделяют их точки зрения или полностью не согласны с ними. Поэтому в настоящее время изучение путей для достижения максимальной эффективности коммуникации уже стало приоритетной задачей исследователей.

## 1.2. Подходы к типологизации интернет-комментариев

Определяющим признаком речевого жанра, по мнению М.М. Бахтина, выступает диалогичность, предполагающая не только воздействие людей друг на друга, но и взаимодействие. Интернет-пользователь осуществляет коммуникацию на уровне межперсонального взаимодействия, что обуславливает качество диалогичности интернет-комментариев. Интернет-комментарий имеет ярко выраженный диалогический характер, и платформы для интернет-комментариев имеют неограниченные способы для реализации категории диалогичности. Говорить о диалогичности в интернет-комментариях, прежде всего, надо раскрыть понятие диалогичности. По мнению Т.Н. Колокольцевой, категория диалогичности проявляет себя «как в виде собственно диалога, так и в виде использования в монологической речи специальных средств (маркеров диалогичности), апеллирующих к адресату. Но на самом деле, на платформах для интернет-комментариев нет места для монологов, поскольку виртуальное пространство интернет-комментариев по своей сущности диалогично – комментатор всегда реагирует на какой-либо веб-контент или на интернет-комментарий других пользователей. Диалог – это форма активного коммуникативного взаимодействия двух или более субъектов, материальным результатом которого является образование специфического дискурса, состоящего из последовательности реплик. «Непосредственное восприятие, активизирующее роль адресата в речевой деятельности адресанта, влияет на языковой состав высказываний-реплик» [Бродский и др, 1925]. Полилог – это разновидность диалога, предполагающая более 2-х участников и имеющая особые закономерности чередования речевых ходов» [Колокольцева, 2016, с. 97-98]. Интернет-комментарий может быть и диалогом, состоящим из одной, двух реплик, и развернутым полилогом в виде «континуума бесконечных ситуаций» [Богомазова, 2022, с. 227]. Вслед за М.Н. Кожиной [Кожина, 1998, с. 138], Т.Н. Колокольцева определяет диалогичность по отношению к интернет-коммуникации как «коммуникативная категория, ориентированная на активное речевое взаимодействие в виртуальном пространстве

как интернет-пользователей, так и их произведений (вербального и креолизованного характера), имеющих различную жанровую принадлежность и линейную протяжённость, а также учёт адресантом (автором) речи фактора адресата (реального или виртуального) и его смысловой позиции» [Колокольцева, 2016, с. 98].

В современном виртуальном коммуникативном пространстве, интернет-пользователь не желает только быть «наблюдателем описываемого события», «пассивным получателем информации» [Серебренникова, 2008; Колокольцева, 2021, с. 211], они хотят «заявить о своей позиции и адресовать её миру и другим в этом мире» [Серебренникова, 2008], а интернет-комментарий даёт им шансы включать в диалог с авторами текстов и другими интернет-пользователями и обмениваться мнениями. Поэтому интернет-комментарий является диалогическим субжанром.

Можно определить таксономические параметры интернет-комментариев, которые могут выделяться по следующим признакам:

1) *По коммуникативным параметрам и типам высказываний* можно выделить комментарий-подтверждение, комментарий-дополнение, комментарий-пояснение, комментарий-согласие, комментарий-несогласие, комментарий-развлечение, комментарий-предложение и комментарий-троллинг;

2) *По форме изложения* можно выделить комментарий-информирование, аналитический комментарий, эмоциональный комментарий;

3) *По предмету комментирования* можно выделить комментарий относительно сферы общественной жизни и комментарий относительно личной сферы;

4) *По тематике* исходного интернет-контента можно выделить комментарий на политику, комментарий на экономику, комментарий научного типа, комментарий социального типа, комментарий культурного типа, комментарий на спорт, комментарий на здоровье, комментарий на шоу-бизнес, комментарий на образование, комментарий на туризм, комментарий на красоту и моду и др.;

5) *По объёму* можно выделить краткий комментарий и развёрнутый комментарий;

6) *По образу адресата*, интернет-комментарии подразделяются на 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*, интернет-комментарии подразделяются на вербализованный комментарий и невербализованный комментарий;

9) *По степени креолизованности* можно выделить текстовый комментарий, гипертекстовый комментарий и креолизованный комментарий;

10) *По эмоциональной окраске* можно выделить 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*. При исследовании интенций в интернет-комментариях надо не только выделить интенции, но и отметить, на кого направлены интенции – на автора интернет-контента, на содержание интернет-контента (например, его герой), на какого-либо конкретного интернет-пользователя или на всех интернет-пользователей.

Стоит отметить, что в основе выделения интенций лежит не один критерий, интенция в интернет-комментариях может классифицироваться по разным

параметрам, в данном исследовании мы выделяем интенцию в интернет-комментариях по следующим параметрам: степень важности, направление в представлении референта, степень эмоциональности и иллокутивная 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, коммиссива, экспрессива, контактива*.

Нами выделены также *эмоциональная и рациональная интенция*. Эмоциональная интенция – это интенция передать свои эмоции, которые могут быть позитивными, негативными или нейтральными (выразить недовольство, радость, удивление, обеспокоенность, сожаление и др.). Рациональная интенция – это интенция выражать объективную оценку.

При комментировании с интенцией передать позитивные эмоции, комментатор обычно ведёт себя вежливо, но когда они комментируют с интенцией передать негативные эмоции, их комментарии нередко бывают антивежливыми, только если они применяют некоторые коммуникативные стратегии смягчения.

Вышеуказанные классификации интернет-комментариев невозможно признать оптимальными, поскольку огромная инклюзивность Интернета напрямую способствовала разнообразию формы интернет-комментариев. Поэтому вопрос об классификации интернет-комментариев может быть открытым.

### **Выводы по первой главе**

В первой главе определены актуальные для настоящей диссертации теоретические данные о понятии «интернет-комментарий»: его определение, жанровые характеристики, типологизация, интенция и модальность. Исходя из сказанного, сделаем следующие выводы:



1. Интернет-комментарий является одной из форм интерпретации текста в интернет-пространстве, выражением мнения интернет-пользователя на любой заданный стимул в интернет-пространстве, широко функционирует в рамках сайта новостей, веб-форумов, веб-логов, веб-микроблогов, социальных сетей, видеохостингов и многих других веб-жанров. В структуру интернет-комментария обычно включены имя интернет-пользователя (никнейм), аватар, гиперссылки на личную страницу, время отправки, текст, отметка «мне нравится» или «мне не нравится», возможность поделиться, пожаловаться на интернет-комментарий и т.д.

2. Интернет-комментарий представляет собой интерактивный речевой акт, особый вид интернет-коммуникации, коммуникативную реакцию на опубликованные веб-контенты и интернет-комментарии других.

3. Интернет-комментарий является вторичным текстом, не отделимым 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. Посредством интернет-комментария интернет-пользователь имеет возможность получить информацию, познакомиться с взглядами других, выражать собственное отношение к событиям, мнениям, постам, видео и т.д., доказать свою точку зрения, получить обратную связь, оказать коммуникативное воздействие, убедить автора или других интернет-пользователей.

4. 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.

5. Интернет-комментарий характеризуется публичностью или открытостью доступа, оценочностью, диалогичностью, субъективной модальностью, лаконичностью, интерактивностью, анонимностью, мультимедийностью, гипертекстуальностью, многостильностью, выразительностью и т.д.

6. Интернет-комментарий может выделяться по разным признакам (таблица 1):

**Таблица 1 – Таксономические параметры интернет-комментариев**

<b>Признак интернет-комментария</b>	<b>Виды интернет-комментариев</b>
<i>по коммуникативным параметрам и типам высказываний</i>	комментарий-подтверждение, комментарий-дополнение, комментарий-пояснение, комментарий-согласие, комментарий-несогласие, комментарий-развлечение, комментарий-предложение и комментарий-троллинг;
<i>по форме изложения</i>	комментарий-информирование, аналитический комментарий, эмоциональный комментарий;
<i>по предмету комментирования</i>	комментарий относительно сферы общественной жизни; комментарий относительно личной сферы;
<i>по тематике исходного интернет-контента</i>	комментарий на политику, комментарий на экономику, комментарий научного типа, комментарий социального типа, комментарий культурного типа, комментарий на спорт, комментарий на здоровье, комментарий на шоу-бизнес, комментарий на образование, комментарий на туризм, комментарий на красоту и моду и др.;
<i>по объёму</i>	краткий комментарий и развёрнутый комментарий;
<i>по образу адресата</i>	комментарии, адресованные к определённому пользователю и комментарии, адресованные ко всему сообществу интернет-пользователей;
<i>по степени вторичности и последовательности комментирования</i>	комментарий к исходному интернет-контенту и комментарий к комментарию;
<i>по степени вербализованности</i>	вербализованный комментарий и невербализованный комментарий;
<i>по степени креолизованности</i>	текстовый комментарий, гипертекстовый комментарий и креолизованный комментарий;
<i>по эмоциональной окраске</i>	комментарий с позитивными эмоциями, комментарий с негативными эмоциями и комментарий с нейтральными эмоциями;

<i>по отношению между автором интернет-контента и комментаторами</i>	комментарий, адресованный на близко знакомых людей и комментарий, адресованный на незнакомых людей. Среди комментариев, адресованных на незнакомых людей, можно выделить комментарий, адресованный на персонального интернет-пользователя (блогера, других интернет-комментаторов) и комментарий, адресованный на институционального интернет-пользователя (интернет-СМИ, интернет-магазин).
<i>по типу интенций</i>	комментарии-репрезентативы, декларативы, директивы, комиссивы, экспрессивы, контактивы; комментарии с эмоциональной и рациональной оценочностью.

7. Передача и реализация интенций интернет-пользователей является основной для интернет-комментариев, поэтому понимание интернет-комментариев сопряжено с распознаванием адресатом интенций адресанта, успех коммуникации заключается в том, что адресат даёт положительную обратную связь на коммуникативную интенцию адресанта, чтобы достичь перлокутивного эффекта.

8. В интернет-комментариях существуют и эмоциональная оценка, и рациональная. Эмоциональная оценка помогает пользователям выражать своё мнение и чувство эффективно, а рациональная оценка делает интернет-комментарий убедительным с позиций разумности и осмысленного отношения к действительности. Иногда они 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: в случае оценки поведения адресанта как вежливого, адресат может испытать положительные эмоции, а если как невежливого, то адресат может испытать только отрицательные эмоции.

## Глава 2. Реализация макростратегий вежливости и антивежливости в коммуникации

Макроструктуры, по мнению исследователей (см., 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 [van Dijk, 1983, p.189-206]. Наряду с макроструктурой дискурса рассматриваются макростратегии, при помощи которых можно получить несколько уровней макропропозиций, в совокупности образующих макроструктуру текста.

Вместе с тем, говоря о множественных коммуникативно-прагматических факторах, влияющих на организацию дискурса, учитываются в том числе интенции и цели коммуникантов, общая модальность осуществляемых речевых актов, а также пресуппозиции, в качестве которых в нашем случае выступает комментируемый текст. Нередко коммуниканты вступают в диалог, заранее выбирая дальнейшую стратегию – дружелюбно-вежливую или агрессивно-конфликтную, вовлекая в коммуникацию других участников. Множественные цели в поликомментарийной среде реализуются через речевые жанры и иные речевые действия и приемы. Таким образом, макростратегии присуща позитивная или негативная модальность, под которой объединяются её коммуникативные компоненты.

Под **речевой стратегией** понимается общая линия речевого поведения и когнитивных планов [Ван Дейк, 1989; Гойхман, Надеина, 1997; Михальская, 1998], некоторая последовательность речевых действий, организованных в зависимости от цели взаимодействия и набор макроцелей [Кузнецов, 2000; Иссерс, 2008], – иными словами, определенная направленность речевого поведения в данной ситуации в интересах достижения цели коммуникации [Паршина, 2005, с. 7]. О.С. Иссерс определяет коммуникативную стратегию «как совокупность речевых действий, которые направлены на достижение коммуникативной цели и

реализуются в коммуникативных тактиках» [Иссерс, 2008, с. 54]. В ходе выбора и реализации стратегии выделяются конкретные задачи, решение которых на определенных этапах способствует достижению коммуникативной цели.

Речевая тактика представляет собой «конкретный речевой ход (шаг, поворот, этап) в процессе осуществления речевой стратегии»; «одно или несколько действий, способствующих реализации стратегии» [Сковородников, 2004, с. 6; Гойхман, Надеина, 2008].

**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.

В данном исследовании мы предлагаем модель реализации макростратегий вежливости и антивежливости на материале русскоязычных интернет-комментариев.

## **2.1. Понятийная составляющая макростратегии «вежливость» в русском языке**

В русском языке вежливость отождествляется с такими понятиями, как доброжелательность, корректность, тактичность, неконфликтность, этикетность, о которых неоднократно писали Н.И. Формановская, И.А. Стернин, В.Е. Гольдин и др. При этом если доброжелательность, корректность, тактичность, неконфликтность реализуются в контексте в процессе общения, то именно речевой этикет выполняет коммуникативную и регулирующую функции. Вместе с тем в бытовой коммуникации речевой этикет не всегда является гарантом вежливости или корректности в коммуникативном акте, а намеренная грубоватость, напротив, может использоваться собеседником в целях избегания конфликта или для выражения доброго юмора, шутки. Таким образом, речевой этикет «правильнее описывать не отдельно, а в рамках коммуникативной ситуации» [Шаронов, 2020, с. 420].

Речевой этикет – это совокупность правил речевого поведения, нормы использования средств языка в определённых условиях, владение которыми способствует приобретению авторитета, доверия и уважения, создает благоприятный климат общения, позволяет избежать коммуникативных конфликтов и реализовать успешную коммуникацию. А несоблюдение речевого этикета может привести к коммуникативным неудачам, под которыми подразумевается «непонимание партнёрами друг друга и, как результат, возникновение отрицательных эмоциональных эффектов: обиды, раздражения, гнева» [Ерофеева, 2022, с. 91].

Как мы уже упомянули, в данный момент сам речевой этикет уже не справляется с описанием нюансов речевого поведения в Сети. А вежливость воспринимается как гораздо более широкое понятие, связанное с ненарушением личных границ, поддержкой собеседника в процессе общения, толерантностью и комплиментарностью. «Не все речевые единицы подпадают под понятие вежливости и совпадают с вербально-коммуникативными актами вежливости. Есть речевые акты и оппозиционного характера, которые соотносимы с вербально-коммуникативной грубостью» [Соколова, 2021, с. 2527]. И вежливость «распространяется не только на устойчивые, регулярно повторяющиеся ритуализованные формулы типа приветствия, прощания, благодарности, комплимента, приглашения и т.п., но и на более широкий круг разнообразных явлений» [Ерзинкян, 2018, с. 48-49], хотя не все вежливые коммуниканты соблюдают правила речевого этикета.

В силу доступности интернет-среды люди разных возрастов, регионов, культур, уровня образованности и социальных позиций могут легко анонимно участвовать в обсуждениях, что «создает иллюзию игровой безответственности» [Шаронов, 2018, с. 4]. Некоторые пользователи начали "освобождать" чаты от этикетных ограничений: экономить время, а также комментировать более открыто, прямолинейно, иногда даже эмоционально, что по-разному воспринимается коммуникантами и оказывает негативное влияние на экологию интернет-пространства, приводя все чаще к коммуникативным неудачам и даже конфликтам.

Вежливость является более широким понятием, нежели речевой этикет, это сложное и динамичное языковое и социально-культурное явление. Необходимость быть вежливым обусловлена социальными правилами взаимодействия в социуме, быть невежливым может снижать мнение о людях [Шаронов, 2018]. Вежливость общения осмысливается учёными «навыком, приобретенным индивидом в процессе социализации, формой интеракции, выступающей связующим звеном между личностью и обществом, а также компромиссом между намерением говорящего выразить свои мысли и стремлением избежать противоречий, социального конфликта» [Цит. по: Актуганова, 2019, с. 26].

В последние годы развитие интернет-технологий постепенно расширяет границы традиционного межличностного общения, и в конечном счёте, расширяет представления людей о вежливости, что требует обсуждения и специальных исследований. Понятие вежливости с начала 70-х годов прошлого столетия стало привлекать внимание российских и зарубежных исследователей различных областей, как прагматика, антропология, социалингвистика, дискурс-анализ, кросс-культурная коммуникация и т.д. (Г.П. Грайс, П. Браун, С. Левинсон, Р. Лакофф, Дж. Лич, Гу Юего, Сюй Шэнхуань, Со Чжэньюй, Н.И. Формановская, В.И. Карасик, Е.А. Земская, И.А. Стернин, Т.В. Ларина и др.), появилось большое количество публикаций по данной проблематике, даже вышел в свет специальный журнал, посвящённый вежливости (*Journal of Politeness Research*). Кроме того, в журналах *Journal of Pragmatics* и *Intercultural Pragmatics* исследовательские работы, посвящённые категории вежливости, также и являются приоритетными. В России один из выпусков российского журнала *Russian Journal of Linguistics* (2019, Vol. 23, № 4) был посвящён исследованиям языковой вежливости / невежливости в глобальном контексте [Брагина, Иссерс, Мендоза, Ратмайр, 2021, с. 221]. Можно сказать, что вежливость уже выделилась в отдельную проблему. Однако, из-за сложности понятия вежливости, ещё отсутствует единство взглядов на то, что следует понимать под данным понятием.

В российской науке исследователи определяют вежливость по-разному. Н.И. Формановская считает, что вежливость – это «абстрагированная от конкретных

людей этическая категория, которая получила отражение и в языке, что, конечно, следует изучать лингвистике» [Формановская, 1989, с.77]. Вежливость может или демонстрировать внешние нормы общения, пристойность поведения, или знаменовать доброжелательное личное отношение к адресату. Вежливое поведение может проявляться как искренность, а может быть маской, особенно в ролевом общении незнакомых партнеров [Формановская, 2002]. В.И. Карасик полагает, что вежливость «по своей сути есть проявление уважения к другому человеку» [Карасик, 1991, с.85], является «системой норм поведения, обеспечивающих бесконфликтное развитие ситуаций, которые допускают потерю лица или причинение ущерба для участников общения» [Карасик, 2018, с.105]. Несмотря на то, что нет единого определения категории вежливости, российские лингвисты в основном сходятся во мнении, что вежливость следует считать коммуникативной категорией. Е.А. Земская рассматривает вежливость как «специфическую категорию коммуникативно-прагматического характера, регулирующую речевое поведение человека» [Земская, 1994, с.131]. И.А. Стернин полагает, что «коммуникативная вежливость выступает как категория коммуникативного сознания, предписывающая членам общества определенные формы коммуникативного поведения, признаваемые обществом на данном этапе его развития как вежливые» [Стернин, 2003, с.23]. Т.В. Ларина определяет вежливость как «универсальную коммуникативную категорию, представляющую собой систему национально-специфических стратегий поведения, направленных на гармоничное, бесконфликтное общение и соответствующих ожиданиям партнера. Она является центральной коммуникативной категорией, поскольку выступает регулятором поведения людей и предопределяет выбор единиц вербальной и невербальной коммуникации» [Ларина, 2009, с.22-23].

Таким образом, очевиден вывод, что вежливость – это социально-этическая коммуникативная категория, обеспечивающая бесконфликтное общение. Это уважение к другим, соблюдение правил приличия и этикета, принятых в данном обществе и проявление воспитанности.



В зарубежной науке к настоящему времени исследование вежливости уже прошло три волны. Первая волна изучения вежливости связана с изучением речевых максим, исследователи анализировали речевые акты и использование языковых стратегий и тактик с позиции «сверху вниз». Вторая волна исследования вежливости относится к изучению межличностной вежливости-[Eelen, 2001; Watts, 2003; Mills, 2003; Terkourafi, 2005; Haugh, 2007]. Это «дискурсивный поворот» (discursive turn) в исследовании вежливости. Третья волна изучения вежливости связана с изучением вежливости с применением интеракционного подхода. Исследователи рассматривают вежливость как социальную практику, сочетая двусторонний путь между исследователем (сверху вниз) и участниками коммуникации (снизу вверх).

В настоящее время исследователи продолжают искать подходы и модели, позволяющие коммуникантам реализовать вежливую, гармоничную и комфортную коммуникацию, и причины возникновения коммуникативной неудачи и коммуникативного конфликта, что обуславливается проблемами социальной реальности, особенно проблема речевой агрессии в интернет-коммуникации.

Понятие вежливости следует рассматривать на фоне культуры, так как «коммуникативное поведение конструируется в определенном контексте в соответствии с приобретенным социокультурным опытом» [Ларина, 2009, с. 22]. Поэтому прежде всего рассмотрим определения вежливости в толковых словарях русского языка. В Новом толково-словообразовательном словаре русского языка Т.Ф. Ефремовой «вежливый» определяется как «1) Соблюдающий правила приличия; учтивый, предупредительный, обходительный; 2) Выражающий учтивость, исполненный предупредительность» [Ефремова, 2000]. Толковый словарь С.И. Ожегова выделяет следующие значения «вежливый»: соблюдающий правила приличия, воспитанный, учтивый [Ожегов, 2004]. Значение слова «вежливый» практически всегда определяют через синонимы. Так, в «Словаре синонимов» Н. Абрамова синонимы «вежливый», это «внимательный, обходительный, почтительный, предупредительный, услужливый, участливый, учтивый, светский, тонкий, благовоспитанный, воспитанный, любезный,

обязательный, приветливый, деликатный, тактичный» [Абрамов, 1996]. Е.А. Руднева понимает вежливость как «совокупность средств и стратегий, направленных на поддержание социального лица участников коммуникации и маскировку неизбежно возникающей угрозы их социальному лицу» [Руднева, 2019, с. 8].

Таким образом, на основе анализа научных исследований и словарей видим, что в «вежливость» аккумулируют такие понятия, как «корректность, учтивость, воспитанность, предупредительность, обходительность, галантность, любезность, деликатность, уважительность, тактичность, этикетность, приветливость, участливость, тонкость в обращении» [Ван Юе, 2023, с. 49].

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. Приведем примеры:

Пример 1:

*Макс Веснин 🎉 ответил Егору: Егор, я с 8plus хожу тупо потому что не вижу смысла обновляться. Ибо функцию свою пока на ура выполняет. Звонить, основные приложения. И не важно сколько кто зарабатывает.*

*Егор Рерих 🙄 ответил Макс: Макс, да я согласен, не спорю, если ты доволен телефоном и покупать не надо*

Пример 2:

*Полина Иванова 💚: Развитие айфонов остановилось на 11 версии. Ору с этих колхозников гламурных, которые каждый год новый айфон за 100-200к покупают ради понтов 😂*

*Егор Рерих 🗣️: Полина, ты столько не зарабатываешь, поэтому кто тут **колхозник***

*Полина Иванова 💚 ответила Егору: Егор, да-да, успокаивайте себя тем, что я «бедная»😭*

*Егор Рерих 🗣️ ответил Полине: Полина, да мне зачем успокаивать себя, мне то все равно, я **на г\*\*\*о не извожусь***

*Полина Иванова 💚 ответила Егору: Егор, да я и не извожусь, я **смеюсь** просто с вас (VK. 30.09.2023) (на новость «Россияне неохотно покупают iPhone 15»).*

В первом примере пользователь Егор Рерих вежливо ответил на пользователя Макса Веснина в форме комментария-согласия, так как несмотря на их разногласия, Макс Веснин просто рационально выразил своё мнение по смартфону. А во втором примере, из-за того, что пользователь Полина Иванова сначала ведет себя антивежливо, используя слово «*колхозник*» с отрицательной окраской, что означает человека, который не вписывается в модные тренды, имеет грубый и непритязательный вкус, Егор Рерих отвечает еще более грубо, что приводит к коммуникативному конфликту.

Помня о расширении коммуникативных проявлений вежливости в интернет-среде, можем также добавить комплиментарность, иносказательность, эвфемизацию и юмор.

Составляющие коммуникативные проявления, которые входят в макростратегию «вежливость», могут считаться и модальностью, и свойствами личности (например, почтительность, участливость и др.). Тем не менее, в некоторых случаях человек сознательно ищет формы выражения для вербализации вежливости, поэтому мы считаем, что данные понятия могут рассматриваться в качестве коммуникативных стратегий, входящих в макростратегию «вежливость» как коммуникативные компоненты и реализующихся с помощью различных вербальных и невербальных средств.

Исходя из этого, реализация стратегии может быть отражена в виде следующей схемы (Рисунок 1):



Рисунок 1 – Процесс реализации макростратегии

Как уже говорилось, в макростратегию вписываются названные нами выше стратегии. На основе вышесказанного мы предлагаем модель, отражающую коммуникативные компоненты понятия «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 2.).

Таблица 2 – Модель макростратегии «вежливость»

Макростратегия	Интенция	Стратегия	Речевые жанры, речевые действия, приемы и способы	Виды интернет-комментариев
вежливость	избегание нанесения обиды собеседнику	тактичность, деликатность, иносказательность, эвфемизация	намек, согласие, вежливое несогласие, возражение	комментарий-подтверждение, комментарий-дополнение, комментарий-пояснение, комментарий-согласие, комментарий-несогласие, комментарий-развлечение, комментарий-предложение ( <b>по коммуникативным параметрам и типам высказываний</b> );
	порадовать человека, сделать человеку что-то приятное	приветливость, комплиментарность, уважительность	комплимент, похвала	комментарий-информирование, аналитический комментарий, эмоциональный комментарий ( <b>по форме изложения</b> );
	соблюдение ритуальных принятых обществом норм	этикетность	благодарность, извинение, пожелание, поздравление, приветствие, сожаление, сочувствие, сопереживание	комментарий относительно сферы общественной жизни; комментарий относительно личной сферы ( <b>по предмету комментирования</b> ); комментарий на политику, экономику, спорт, здоровье, шоу-бизнес, образование, туризм и др.

			ие, соблезнова ние, обращение, комплимент	<b>(по тематике исходного интернет-контента);</b> краткий комментарий и развёрнутый комментарий <b>(по объёму);</b>
	внесение оживления в коммуникативную атмосферу, уменьшение напряжения и неловкости в общении, привлечение внимания к чату	юмор	шутка, анекдот	комментарии, адресованные к определённому пользователю и комментарии, адресованные ко всему сообществу интернет-пользователей <b>(по образу адресата);</b> комментарий к исходному интернет-контенту и комментарий к комментарию <b>(по степени вторичности и последовательности комментирования);</b> вербализованный комментарий и невербализованный комментарий <b>(по степени вербализованности);</b> текстовый комментарий, гипертекстовый комментарий и креолизованный комментарий <b>(по степени креолизованности);</b> комментарий с позитивными эмоциями, комментарий с нейтральными эмоциями <b>(по эмоциональной окраске);</b> комментарий, адресованный на близко знакомых людей и комментарий, адресованный на незнакомых людей: на персонального интернет-пользователя (блогера, других интернет-комментаторов) и на институционального интернет-пользователя (интернет-СМИ, интернет-магазин) <b>(по отношению между автором интернет-контента и комментаторами).</b> комментарии-репрезентативы, декларативы, директивы, комиссивы, экспрессивы, контактивы; комментарии с эмоциональной и рациональной оценочностью <b>(по интенциональному принципу).</b>

## 2.2. Коммуникативные стратегии, реализующие макростратегию «вежливость» в русскоязычных интернет-комментариях

Выше в Таблице 2. мы отразили коммуникативные компоненты макростратегии «вежливость». Коммуникативные стратегии, задаваемые определенными интенциями и эмоциями и реализующиеся через речевые жанры и иные речевые действия, приемы и способы проявляются в различных видах интернет-комментариев и вербализуются через определенные языковые средства, которые будут рассмотрены далее в 3-ей главе нашего диссертационного исследования.

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

### 2.2.1. Коммуникативные стратегии тактичности, деликатности, иносказательности и эвфемизации

Тактичность, деликатность и иносказательность объединяются общей интенцией избегания нанесения обиды собеседнику. **Тактичность** – это отвлечённое существительное по значению прилагательного *тактичный*, которое обозначает «Обладающий тактом» [Ефремова, 2000]. Идеографический словарь русского языка толкует «такт» как «умение щадить чужое самолюбие; способность соблюдать общепринятые нормы приличия» [Баранов 1995]. В «Толковом словаре русского языка» С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовы «такт» – это «умение вести себя пристойно, уважая других, чувство меры в поведении, в поступках» [Ожегов, Шведова 1999: 788]. В.И. Карасик полагает, что тактичность акцентирует особое внимание к партнеру, вызванное стремлением не допустить причинения ему

неприятных переживаний» [Карасик, 2018, с. 107]. По мнению Л.В. Чесноковой, такт предполагает умение щадить самолюбие другого человека, уважать его чувство собственного достоинства, его индивидуальность, его выбор. Тактичное поведение включает в себя уважение к границам личности, охранение приватной сферы коммуникантов, сдерживание любопытства. Отсутствие общепринятого чувства такта может вызывать дискомфорт и неприязнь [Чеснокова, 2019].

Дж. Лич рассматривает «такт» как одну из максим принципа вежливости, которая предполагает минимизацию возможного ущерба, наносимого собеседнику и увеличение выгоды для него. Китайский учёный Со Чжэньюй даже выдвигает принцип тактичности, который предназначен для получения наилучшего коммуникативного эффекта. Со Чжэньюй полагает, что принцип тактичности представляет собой универсальный принцип высокого уровня для улучшения взаимодействия партнеров. Тактичность, являясь проявлением вежливости, может быть реализована посредством добродушной шутки, косвенного указания на неправоту человека или намека на какую-либо ситуацию. Со Чжэньюй даже снижает принцип вежливости до одной максимы принципа тактичности, но выделяет при этом ещё две максимы: максимум юмора и максимум сдержанности [Со Чжэньюй, 2000].

Суммируя вышесказанное, мы полагаем, что для реализации стратегии тактичности в интернет-комментариях, коммуниканты должны обладать чувством меры и сдержанностью, щадить чужое самолюбие, вести себя пристойно, уважать приватность других, не допускать причинения другим неприятных переживаний. Способность реализации стратегии тактичности свидетельствует об успешной социализации человека, позволяет сохранить лицо своё и собеседника, реализовать вежливую коммуникацию, гармонизировать социальные отношения.

Далее обратимся к примерам и рассмотрим проявления данных коммуникативных стратегий в русскоязычных интернет-комментариях<sup>1</sup>.

**Согласие:** *Kira: вообще, это, конечно, возможно, но при просмотре видео*

---

<sup>1</sup> Далее орфография и пунктуация авторов интернет-комментариев, приводимых в работе в качестве примеров, сохранена.

создается впечатление, будто бы они разыгрывают этот образ.

*Nastya fox: Kira, посмотрите пару нарезок или наберите в Ютубе, он не хочет там находиться. Выступает и тренируется он ради участников в его группе, чтобы не подводить их*

*Kira: Nastya, да, я уже увидела парочку, теперь соглашусь с вами. (Дзен. Дата обращения: 30.09.22) (на статью «Парня из России держат на китайском шоу — ситуация вышла из-под контроля»).*


Автор комментария выслушала мнение пользователя Nastya fox после рационального анализа, пришла к единому мнению, используя при этом жанр **согласия**. В данном примере стратегия тактичности реализуется в виде краткого комментария-согласия.

**Вежливое возражение:** *Наталья Цветкова: 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 не согласен с оценкой стоимости жизни в Москве. Чтобы не обидеть собеседника, автор комментария, вступая в диалог, 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.

**Деликатность** – это отвлечённое существительное по значению прилагательного *деликатный*, которое обозначает «1) а) Вежливый, обходительный, предупредительный, мягкий в обращении. б) Свойственный тактичному человеку. 2) перен. разг. Затруднительный, требующий осторожного и тактичного отношения; щекотливый. 3) устар. Нежный, слабый, хрупкий (о человеке)» [Ефремова, 2000]. «Деликатность связана со стремлением не доставить другому человеку неудобств, не поставить его в неловкое положение, не вызвать в нем негативных эмоций» [Маркова, 2021, с. 253-254]. Применение **коммуникативной стратегии деликатности** в интернет-комментариях требует умения понять чувства адресата от адресанта. Рассмотрим примеры:



*Well Twin: Заготовки интересные, возьму на заметку. **Единственный минус (не обижайтесь пожалуйста)** я всегда снимаю кольца перед началом приготовления или уборки. А так подписка  (YouTube. 19.10.2022) (на видео «КАК ЗА 700р ЗАГОТОВИТЬ ЕДУ НА НЕДЕЛЮ? Полуфабрикаты Из 2-х Куриц!»).*

В данном примере автор старается не поставить блогера в неловкое положение при высказывании замечания. Он прячет негативную оценку, акцентируя положительный отзыв, употребляет прилагательное «единственный» для корректного ограничения отрицательной составляющей. Стратегия деликатности проявляется через комментарий-дополнение.

*Lala Lai: **Шикарная квартира!!! Изумительное сочетание цветов. Только может шкафы нужно было серого цвета...И телевизор пониже..** (YouTube. 07.06.2022) (на видео « СПАЛЬНЯ на балконе!?  Невероятно СТИЛЬНЫЙ и НЕДОРОГОЙ дизайн однокомнатной квартиры. Рум тур.»).*

В примере автор снижает уровень категоричности совета при помощи наречия *только*, в целом подчеркивает положительную оценку, чтобы не вызвать негативных эмоций. Стратегия деликатности реализована в виде краткого комментария-предложения.

**Иносказательность** – это отвлечённое существительное по значению прилагательного *иносказательный*, которое обозначает «закрывающий в себе иносказание, скрытый смысл» [Ефремова, 2000]. Иносказание – это «1) Высказывание, выражение, содержащее скрытый смысл, намек. 2) Выражение отвлеченного понятия посредством художественного образа как литературный прием; аллегория» [Ефремова, 2000]. Поэтому применение стратегии иносказательности поможет скрыть истинный смысл адресанта, регулировать степень эмоционального воздействия на адресата, сохранить его (или свое) лицо, проявлять себя как человек неагрессивный, вежливый, тактичный, избегать коммуникативных конфликтов, реализовать вежливую и тактичную коммуникацию. Стратегия иносказательности нередко используется при выражении иронии, неодобрения, отсылки к пресуппозиции, известной

коммуникантам, а также при желании говорящего обойти прямую вербализацию какой-либо информации, чтобы избежать прямого конфликта. Рассмотрим примеры с применением **стратегии иносказательности** в интернет-комментариях:

*Vladimir U.: Кстати, в снопе присутствуют и плети конопли с листьями. Конопля тогда была нужна в народном хозяйстве, и была хорошим предметом экспорта. А о её "**побочных**" свойствах тогда как-то не думали. Не зачем тогда было. (Дзен. Дата обращения: 15.09.22) (на статью «Тайны фонтана "Дружба народов" на ВДНХ»).*

В данном примере автор берет в кавычки иносказательную информацию, намекая на имеющиеся у адресата знания о свойствах и употреблении конопли. Стратегия иносказательности здесь реализуется в виде краткого комментария-пояснения.

*Алексей Вагин: Вся сталинская архитектура отражает именно стремление к высокому, идеальному. Понятно, что в 40м году не было изобилия. Но страна реально развивалась. А не на бумаге. Благосостояние людей, пусть медленно, но росло. И все эти замечательные памятники той эпохи отражают направление движения вверх, к созиданию а не к деградации. Ну вот чему может призвать куча ...г ..на на набережной которую установили московские власти или **шемякинские чудища напротив Кремля?** (Дзен. Дата обращения: 15.09.22) (на статью «Тайны фонтана "Дружба народов" на ВДНХ»).*

В приведенном примере комментатор употребляет иносказание «*шемякинские чудища напротив Кремля*» – **намёк** на не совсем однозначный скульптурный комплекс М. Шемякина в Москве «Дети – жертвы пороков взрослых». Стратегия иносказательности реализуется через комментарий-несогласие.

Интернет-комментарии с применением стратегии иносказательности представлены в речи в некоем усложненном для понимания виде. С её помощью, интернет-пользователь может и смягчить негативное воздействие на адресата в ситуации выражения неблагоприятных для адресата интенций, и отказаться от

своих слов или обвинить собеседника в их неправильной интерпретации при необходимости, тем самым способствует осуществлению вежливой коммуникации.

**Эвфемизация** – это замена табуированного слова в процессе речи. В лингвистическом энциклопедическом словаре эвфемизмы определяются как «эмоционально нейтральные слова или выражения, употребляемые вместо синонимичных им слов и выражений, представляющихся собеседникам неприличными, нетактичными или грубыми» [Арапова, 1998, с.590]. Применение стратегии эвфемизации в интернет-комментариях позволяет коммуникантам не употреблять слов и выражений, которые могли бы быть неприятны или разрушительны для других, т.е. «не создавать у собеседника ощущения коммуникативного дискомфорта» [Крысин, 1994, с.32]. Рассмотрим пример с применением стратегии эвфемизации в интернет-комментариях:

*Козявишна: Блин, опаздываю на вождение и не могу оторваться от просмотра. Очень приятные молодые люди 🇺🇸 (YouTube. 20.10.2022) (на видео «Американка пробует РУССКУЮ ЕДУ в ПЕРВЫЙ РАЗ в жизни.»).*

В данном примере слово «блин» является лексико-фонетическим эвфемизмом, привычно используемым автором в разговорной речи и перенесенным в неформальный диалог в интернете.

### 2.2.2. Коммуникативные стратегии приветливости, комплиментарности, уважительности

Приветливость, комплиментарность и уважительность объединяются общей интенцией порадовать человека, сделать человеку что-то приятное. **Приветливость** – это отвлечённое существительное по значению прилагательного *приветливый*, которое обозначает «1) Проявляющий радушие, благожелательность. 2) Преисполненный радушия, благожелательного отношения к кому-л.» [Ефремова, 2000]. Радушие представляет собой «сердечное, ласковое отношение в сочетании с гостеприимством, с готовностью помочь, оказать услугу» [Ефремова, 2000].

Благожелательный – это «1) Проявляющий доброту, участие, расположение; доброжелательный. 2) Преисполненный доброты, участия, расположения» [Ефремова, 2000]. Приветливость предполагает «положительное отношение к собеседнику и к контакту с ним (настроенность на контакт)» [Маркова, 2021, с. 254], что составляет основу бесконфликтного общения. Рассмотрим пример применения коммуникативной стратегии приветливости в интернет-комментариях:

**Приветливость и комплиментарность:** *just EMOTIONS: 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 и комплиментарности**, которые эксплицируются через речевые жанры благодарности, одобрения и комплимента в виде креолизованного комментария с позитивными эмоциями.

Коммуникативная стратегия **комплиментарности** реализуется через речевые жанры комплимента и похвалы. Комплимент (от франц. compliment – комплимент, приветствие) в словарях русского языка определяется как «лестные слова, похвала по адресу кого-либо» [ЭС, 1963, с. 523]; «любезные, приятные слова, лестный отзыв» [Ожегов, 1990, с. 289]; «выражение восхищения, похвалы, одобрения и т.д.; акт вежливости, выражающий восхищение, уважение и т.д.» [Hornby A.S., 1992, с. 234]. Похвала определяется как «хороший отзыв о ком-н. / чем-н., одобрение» [Ожегов, 1984, с. 478]; «лестный отзыв, одобрение» [Ефремова, 2000]. Комплимент используется для выражения положительных эмоций, как радость, восхищение, гордость, восторг, любовь, симпатия и др., а похвала предполагает «положительное отношение к собеседнику и к контакту с ним» [Маркова, 2021, с. 254], что способствует улучшению эмоционального состояния адресата, повышению его самооценки, возвышению его лица, тем самым

устанавливает и поддержит межличностный контакт, достигает наилучшего коммуникативного эффекта.

Применение русскоязычными интернет-комментаторами стратегии комплиментарности зависит от исходного интернет-контента. Compliment и похвала обычно направлены на автора интернет-контента, героя интернет-контента, содержание интернет-контента, других интернет-комментаторов, продавца и товары интернет-магазина и т.д. Рассмотрим примеры:

**Комплимент, благожелание:** *Надира Левинская: Мне она тоже очень нравится, счастья ей женского, дольше оставаться в своей работе, т.е на мировых показах, у манекенщиц век короткий...! (YouTube. 18.10.2022) (на видео «Шикарная Ирина Шейк стала звездой показа Versace #shorts»);*

В комментарии видим ярко выраженную мелиоративность через высказывание одобрения, комплимента в адрес манекенщицы, а также классического пожелания (слово «желаю» в данном случае опущено, однако в целом речевой жанр пожелания полностью прослеживается).

**Комплимент, похвала:** *Max Pavlovskiy: Как же аппетитно. Обязательно попробую сделать. Вы волшебница. (Дзен. Дата обращения: 17.02.23) (на видео «Научила татарская бабушка. Теперь кто пробуют просят рецепт. Гениально просто»).*

В данном примере комплимент и похвала были направлены на содержание видео и автора. Пользователь выражает восхищение автором видео, похвалив её кулинарию.

**Похвала:** *Николай: Отличный телефон, простой в использовании, очень шустрый, супер камера, офигенный интерфейс, супер цена в сравнении с другими магазинами. P. S. Доволен как слон) (Wildberries. 22.02.2023).*

При этом похвала может быть направлена на одушевленный и неодушевленный объекты. Стратегия комплиментарности является частотной стратегией для интернет-комментаторов. Обнаруживаем яркое проявление мелиоративности во всех интернет-комментариях с использованием стратегии комплиментарности.

В виртуальном пространстве часто бывают случаи, когда нарушается речевой этикет, так как Интернет доступен для людей разного возраста, пола, уровня образованности, воспитанности. Эти участники интернет-коммуникации принадлежат к различным социальным группам, этносам, имеют разные интересы, взгляды и настроения. Анонимность интернет-коммуникации позволяет им «вести себя фамильярно, игнорируя статусно-ролевые предписания общества, без ущерба для своего авторитета» [Мосейко, 2019, с. 154], что проявляется в интернет-комментариях, которые отличаются выраженной потенциальной конфликтогенностью по сравнению с другими жанрами. Интернет-коммуниканты нередко используют «ненормативную лексику, сленговые выражения, жаргонизмы, неуместные и неоправданные сокращения слов, допускаются орфографические и грамматические ошибки» [Шаховалова, 2020, с. 457], но эти случаи не обязательно считаются антивежливыми, современная вежливость в интернет-пространстве уже «не просто необходимость избегать бранных выражений. Это такое взаимодействие, которое не будет доставлять собеседникам лишних неудобств, сделает общение гармоничным, эффективным, сэкономит всем время, силы и трафик» [Нестерова, 2021, с. 134]. Интернет-коммуникация обладает своим особым речевым этикетом, который называется «сетевой этикет», «цифровой этикет», «сетикет» или «нетикет». Нетикет базируется на традиционной речевой этикетной норме, представляет собой «довольно причудливую смесь из компонентов устного и письменного (эпистолярного) этикета» [Кронгауз, 2008]. Большинство правил нетикета ничем не отличается от общепринятых норм поведения, в виртуальном пространстве распространяются ещё и обычные правила традиционного речевого этикета, они имеют общность, но и вместе с тем нетикет и обладает ярко выраженной спецификой, касающейся содержания правил поведения [Мосейко, 2019; Лукинова, 2020]. Нетикет помогает «общаться так, чтобы не раздражать аудиторию и не доставлять собеседнику лишних неудобств» [Нестерова, 2021, с. 135]. И нетикет не выполняет дифференцирующей функции традиционного речевого этикета, в нетикете коммуникативная, интеграционная функция преобладает, поскольку функция дифференциации – это определение места

индивида в общественной иерархии, а интернет-коммуникация носит принципиально нестатусный характер [Малькова, 2004, с. 17].

**Похвала.** *BITCH IZ kingkong: Блин, молодец Марина! Ты произносишь слово "Latte", не так как все русско-говорящие!! 😄😄* (YouTube. 05.11.2022) (на видео «Старбакс для богатых в США»).

Хотя слово «блин» широко употребляется в разговорной речи, и сначала воспринимается как эвфемизм нецензурного слова, но сегодня его применение является частотным в повседневной речи, что видим на примерах в интернет-коммуникации. Так, слово «блин» может служить связующим междометием и выражать при этом широкий спектр чувств автора, в приведенном примере, это чувство удивления и восхищения. Кроме того, в интернет-комментариях употребление обращения «ты» в большинстве случаев не считается неэтикетным и антивежливым, не раздражает адресата, а служит средством коммуникативного сближения. Это одно явное отличие нетикета от традиционного речевого этикета – переосмысление оппозиции *ты-* или *вы-*форм:

**Комплимент и похвала.** *Ansha Khazirova: Каждый раз смотря твои видео я ловлю себя на мысли как мне приятно смотреть твои видео занимайся этим делом и дальше жду каждый раз когда выйдут твои новые видео ты молодец* 👍👍👍👍 (YouTube. 12.10.2022) (на видео «Трагичная жизнь Беллы Хадид | Пластические операции, неизлечимая болезнь, травля в семье»).

Здесь автор комментария выражает восхищение качеством видео и самим блогером, используя при этом жанры комплимента и похвалы.

**Комплимент.** *Расима Габидуллина-фаттахова: 22 SeptАНИТА одно восхищение от тебя, ты не повторимая красавица, здоровье и счастье тебе, береги себя дорогая, (ОК. 13.10.2022) (на пост «Друзья, сегодня был непростой день. И я решила пока отложить премьеру новой песни. Дату релиза сообщу позже. Спасибо за понимание. Люблю вас!»).*

В данном примере фамильярно-разговорный формат комментария нацелен как на сближение и сокращение дистанции между автором комментария и тем, к кому

он обращен, так и на демонстрацию другим пользователям показательно дружеских отношений между общающимися.

**Уважительность** – это отвлечённое существительное по значению прилагательного *уважительный*, которое обозначает «1) Соотносящийся по знач. с сущ.: уважение, связанный с ним. 2) Такой, который может быть принят во внимание, признан достаточным для обоснования, оправдания чего-л. 3) Проникнутый уважением, выражающий уважение к кому-л., чему-л. 4) разг. Оказывающий уважение к кому-л., чему-л.; почтительный.» [Ефремова, 2000]. Уважение – это «1) а) Чувство почтения, отношение, основанное на признании достоинств, высоких качеств кого-л., чего-л. б) Признание важности, значимости, ценности чего-л.; высокая оценка чего-л. 2) перен. разг.-сниж. Любовь, пристрастие к чему-л.» [Ефремова, 2000]; это признание ценности, значимости другого человека как равноправного члена общества, признание чьих-л. заслуг, достижений [Епифанова, 2018]. Коммуникативная стратегия уважительности обычно используется при комментировании на автора интернет-контента, или на героя интернет-контента, который совершил доброе или великое дело. Речевые жанры благодарности, комплимента и похвалы служат важным знаком реализации стратегии уважительности. Рассмотрим примеры:

**Похвала.** *Анатолий Чеботарь: Великолепное знание Москвы и огромная любовь к столице внушают самое искреннее уважение к автору и восхищение его знанием города. Побываю обязательно! (Дзен. Дата обращения: 12.10.22) (на статью «Крупнейший парк старой Москвы, по которому не гуляют москвичи»).*

В данном примере автор комментария дает высокую оценку автору статьи, признает его богатое знание и любовь к городу Москвы, используя при этом жанр похвалы. Стратегия уважительности здесь реализуется в виде комментария с позитивными эмоциями.

В интернет-комментариях видим и классическую форму выражения уважения, и эмоциональную:

Классическое уважение:



**Комплимент и благодарность.** *skorpion skorpion: Дмитрию Калашникову* **нижайший поклон! Человечище!!!** *На таких людях держится наша планета. Огромная благодарность всем спасателям несчастной медведицы. Я прям вся извелась тут в переживаниях за зверя... Ещё раз спасибо всем!* (YouTube. 13.10.2022) (на видео «Спасли медведицу с банкой сгущёнки во рту»).

В данном примере автор комментария использует стилистически возвышенное выражение «*нижайший поклон*», чтобы проявлять свое уважение к спасателям медведицы, используя при этом жанры комплимента и благодарности.

Эмоциональное уважение:

**Комплимент.** *Эрнест Ernest: Красава...уважуха мужику...я несколько лет назад возле Одессы так же через дорогу помогал перебраться малышке кроту.* (Дзен. Дата обращения: 13.04.23) (на видео «Мужчина помог коале перейти оживлённую дорогу»).

*Магнитная Кухня!:* *Дмитрию и всем кто помог, Респект и Уважуха - ЧЕЛОВЕЧИЩЕ!!!!* (YouTube. 13.10.2022) (на видео «Спасли медведицу с банкой сгущёнки во рту»).

В данных примерах видим фамильярно-сниженное уважение, грубовато-просторечную форму выражения одобрения по отношению к людям, которые помогли бедным животным. При этом мы видим ярко выраженное восхищение поступком, хотя и эксплицируемое посредством стилистически сниженной лексики.

### 2.2.3. Коммуникативная стратегия этикетности

Интенция применения коммуникантами стратегии этикетности является соблюдением ритуальных принятых обществом норм. Этикетность рассматривается в большинстве работ как составляющая вежливости, представляет собой знание и соблюдение соответствующих правил и норм речевого поведения, регулирующих внешние проявления человеческих взаимоотношений, то есть

владение речевым этикетом. Речевой этикет представляет собой «функционально-семантическое поле единиц вежливого общения» в ситуациях приветствия, извинения, благодарности, поздравления, пожелания, сочувствия, соболезнования и т. п. [Конищева, Гундяева, 2005, с. 10].

В интернет-комментариях существуют большое количество примеров с применением стратегии этикетности, представленной целым **набором устойчивых речевых жанров**: благодарность, извинение, пожелание, поздравление, приветствие, сожаление, сочувствие, соболезнование, сопереживание, обращение, комплимент. Рассмотрим примеры:

**1. Благодарность, комплимент.** *Lana M: В последнее время твои видео открывают мне глаза на многие, казалось бы, очевидные вещи, но я почему о них то ли забыла, то ли не знала. Спасибо большое ❤️ (YouTube. 17.10.2022) (на видео «ЭТИ СОВЕТЫ СДЕЛАЮТ ТЕБЯ КРАСИВОЙ И УВЕРЕННОЙ В СЕБЕ 🙌 Как полюбить себя?»).*

В данном примере автор комментария высоко оценила содержание видео, выражая восхищение и благодарность к автору видео. Стратегия этикетности проявляется в виде креолизованного комментария с позитивными эмоциями.

**2. Извинение.** *@Kiriko\_950: Я просто в восторге от японской кухни , жалко в России все то что едят японцы труднодоступно и очень дорого , а ведь японская кухня не только вкусная , но ещё и очень разнообразная и полезная 😊😊😊*

*@user-rk6be5tebz: Русская кухня не менее разнообразна и более соответствует нашему климату и образу жизни, но нынче модно восхищаться жареными тараканами и безвкусным сыром с козым кормом, что угодно, хоть дерьмо на блюдечке, но главное, чтобы не свое.*


*@user-uv8ec3wq2r: @user-rk6be5tebz Так всем интересно, какая культура за пределами наших стран*


*@user-rk6be5tebz: @user-uv8ec3wq2r А я разве что-то говорю про интерес? Я сама захоживаю на подобные каналы, чтобы узнать о культуре и жизни в других странах, я совсем о другом написала. Не стану долго объяснять, кто хочет. тот поймет.*

@user-uv8ec3wq2r: @user-rk6be5tebz *blya я не туда написал*

@user-uv8ec3wq2r: @user-rk6be5tebz **Прошу прощения** (YouTube. 20.10.2022)  
(на видео «Что мы едим и СКОЛЬКО ТРАТИМ в день живя в Японии»).

Извинение позволяет обеспечивать корректировку и упорядочивание отношений коммуникантов, восстанавливать гармонию между коммуникантами. В данном примере пользователь user-uv8ec3wq2r извиняется за свою ошибку, сохраняет лицо собеседника и свой имидж, оказывает успокаивающее воздействие на эмоциональное состояние пользователя user-rk6be5tebz.

**3. Пожелание.** *Marem Gadaborsheva: Дмитрий Калашников , всех Вам Благ и всем кто принимал участие в спасении*  (YouTube. 13.10.2022) (на видео «Спасли медведицу с банкой сгущёнки во рту»);

*Lena Borodkina: Я очень благодарна вам за этот рецепт!. Особенно рада, что в сковороде его можно приготовить, т. к. у моей золовки нет духовки совсем.. Всем приятного аппетита!!!!* (YouTube. 19.10.2022) (на видео «Вкуснейший ПИРОГ с БАНАНАМИ за 3 МИН на СКОВОРОДЕ  ПРОСТОЙ РЕЦЕПТ»).

В данных примерах видим благопожелание авторов комментариев к героям видео (люди, которые помогли спасти медведя), и к автору видео по кулинарии. Употребление жанра пожелания позволяет создать дружественную и гармоничную коммуникативную атмосферу.

**4. Поздравление.** *Ina Richter: С годами только лучшие становятся!! Человечный добрый юмор. И смешно, и радостно!! С новым годом!!* (YouTube. 13.10.2022) (на видео «Пир во время зимы |Уральские пельмени 2022»);

*Людия Миляева: АНЕЧКА!!! ПОЗДРАВЛЯЮ С ОЛИМПИЙСКОЙ ПОБЕДОЙ!!! МОЛОДЕЦ!!!* (YouTube. 14.10.2022) (на видео «Неожиданно! Реакция Щербаковой на ЗОЛОТО Олимпиады. Каори Сакамото в Истерики. Пекин 2022»).

В данных примерах авторы комментариев используют жанры поздравления. В первом примере автор поздравляет всех с праздником, во втором – автор поздравляет фигуристку за победу в олимпиаде. Употребление жанра поздравления позволяет коммуникантам выразить свои чувства и положительные эмоции,

поднять настроение собеседника, оставить приятные впечатления, создать дружественную атмосферу.

**5. Приветствие.** *Лара К: Добрый день. Как эти танцы называются? Подскажите!* (YouTube. 17.10.2022) (на видео «Танцуй с нами 🤖»);

*Наиля Шамсутдинова: Здравствуйте, Лера! Подскажите, пожалуйста, где приобретали черную блузку? Она безупречная!)* (YouTube. 17.10.2022) (на видео «ЭТИ СОВЕТЫ СДЕЛАЮТ ТЕБЯ КРАСИВОЙ И УВЕРЕННОЙ В СЕБЕ 🤖 Как полюбить себя?»).

В данных примерах авторы используют речевой жанр приветствия перед выражением просьбы. Приветствие – это типичные инициальные формулы. Коммуникант использует жанр приветствия для того, чтобы начать разговор с выражения доброжелательности, задать «этикетный тон» всему общению. Используется личное обращение, полностью соблюдаются нормы вежливости, употребляются этикетные слова для вступления в контакт и поддержания общения (*Здравствуйте, пожалуйста*), фраза заканчивается комплиментом. Неформальность общения обозначена скобками-значками, выражающими эмоции.

**6. Сожаление, сочувствие, сопереживание.** *Татьяна Егорова: Жаль, такой молодой и уже больное сердце, вот и Пьер Нарцисс от сердечной недостаточности умер, что то рано у нас певцы умирать стали* (Дзен. Дата обращения: 14.10.22) (на видео «Скончался певец и солист группы «Ласковый май» Юрий Шатунов»);

*Mirana Abdullaeva: Всем Южной Кореи сочувствую, в основном погибли молодые люди. Пусть земля им будет пухом. Не кто не знает ,что будет завтра .Это трагедия всего мира .* (YouTube. 30.10.2022) (на видео «Более 150 человек погибли в давке на Хэллоуин в Сеуле»).

*user-oz3ld9ww5f: Все будет хорошо, Саня, не переживай. Ребят давайте поможем Сане, ведь он старается для нас, для природы. Таких людей не много и им нужно помогать и поддерживать* ❤️ 😊; *stanislavsteinberg3319: Подписался и поставил лайк. Ребят огромное вам ЧЕЛОВЕЧЕСКОЕ СПАСИБО!!!* (YouTube.

11.03.2023) (на видео «Мы никогда не видели столько блох! Спасение котенка. Котенок ищет дом! SANI vlog»).

Авторы комментариев используют жанры сожаления, сочувствия, сопереживания. Сожаление, сочувствие и сопереживание играют важную роль в межличностном общении, позволяют демонстрировать понимание чувств других, установить и поддерживать положительный эмоциональный контакт между коммуникантами. В первом примере автор выражает сожаление по поводу смерти певца, а во втором, автор сопереживает людям, которые погибли в давке на Хэллоуин в Сеуле. В третьем примере, автор выражает сочувствие к блогеру, одобряя его поступок в помощи животным.

**7. Соболезнование.** *Роза Триполец: Соболезную семьям, родным которые потеряли своих детей, и смысл в жизни...детей не вернуть, а как пережить горе родителям...* (YouTube. 30.10.2022) (на видео «Более 150 человек погибли в давке на Хэллоуин в Сеуле»);

*Татьяна Брагина: ☹️Соболезнование родным и близким. Слышала о нем от друзей по работе только хорошее. Настоящий профессионал. Каждое утро рано вставал, занимался спортом, работал без сна и отдыха. Молодые из его команды не все такое выдерживали. Царствие небесное ♥️👏* (VK. 07.11.2022) (на новость «Умер бывший первый заммэра Москвы Петр Аксенов»).

В данных примерах авторы комментариев искренно выражают соболезнование родным и близким людей, которые погибли в давке на Хэллоуин в Сеуле, и бывшего первого заммэра Москвы.

Как мы уже отмечали ранее, в одном интернет-комментарии сочетаются несколько речевых жанров, например, *Светлана Крицкая: Очень жаль! Замечательный был актер. Царствие небесное новопреставленному рабу Божьему Гарри. Светлая память и вечный покой. 👏👏👏*; *Ерлан Жусупов: Спасибо Робби Колтрейн ☹️👏 давайте почтим память этого замечательного актёра друга ☹️пойду пересматривать Гарри Поттера*

(YouTube. 15.10.2022) (на видео «ПРОЩАЙ, ХАГРИД! Умер Робби Колтрейн, снявшийся в фильмах про Гарри Поттера.»).

Первый пример одновременно содержит жанры соболезнования, сожаления и комплимента, а во втором примере сосуществуют благодарность, соболезнование и комплимент.

На самом деле, не существует единого речевого этикета, подходящего для всех ситуаций общения. В реальной коммуникации конкретные коммуниканты «видоизменяют правила под свои потребности, не изменяя главных принципов» [Шаховалова, 2020, с. 458]. И речевой этикет не остаётся неизменным, он является динамичным, в нём часто происходят изменения, особенно под влиянием стремительного развития цифровых и компьютерных технологий. Кроме того, новые исторические, социально-политические условия способствуют развитию свободы слова, что приводит к изменениям речевого этикета.

Популярность местоимения *ты* в интернет-комментариях может быть вызвана возрастным составом интернет-пользователей, большая часть которых – молодые люди. Помимо этого, как упомянуто ранее, нетикет не выполняет дифференцирующей функции, в интернет-комментариях нивелируются все различия, на которых базируется дифференциация *ты* и *вы*-форм. Поэтому отсутствуют весомые основания для самого существования оппозиции *ты* и *вы* в интернет-комментариях. И общение на *ты* даже может сокращать дистанцию, сближать, «носит доверительный и располагающий оттенок» [Карабань, Дикарева, 2018, с. 35].

#### **2.2.4. Коммуникативная стратегия юмора**

Использование коммуникантами стратегии юмора вносит оживление в коммуникативную атмосферу, способствует уменьшению напряжения и неловкости в общении, позволяет привлечь внимание к чату.

Юмор представляет собой весёлый, добрый смех, помогающий коммуниканту освободиться от предрассудков, ошибочных убеждений,

недостатков. Речевые действия с юмором являются рациональными и кооперативными. Коммуникативная стратегия юмора может быть реализована через речевые жанры шутки и анекдота. Применение стратегии юмора в интернет-комментариях может не только поднять настроение, оживить атмосферу, но и помочь комментаторам реализовать самопрезентацию, избежать конфликта, уменьшить напряжение и неловкость между коммуникантами, а иногда и противодействовать провокациям [Ван Юе, 2022]. Рассмотрим примеры с применением стратегии юмора в интернет-комментариях:

**Шутка.** @nicklvov6478: *Санёк, твоя степень пупсизма уже неизлечима (YouTube. 30.03.2023) (на видео «Александр Долгополов - концерт в Киеве (полная версия)»).*

В данном примере автор применяет стратегию юмора, реализующуюся в виде комментария с позитивными эмоциями. Авторский окказионализм «пупсизм» относится к шутливой лексике, так как выдуман автором этого интернет-комментария и имеет забавное значение. Кроме того, автор также выражает свою симпатию, демонстрирует свой дружественный настрой обывательским обращением «Санёк».

**Анекдот.** *Nik E.: Советская студенческая столовая. Обед, очередь. К прилавку подходит студент, говорит буфетчице - "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.

Ещё нужно отметить эффект «**нанизывания шуток**», т.е. если один пользователь пишет в юмористическом ключе, остальные отвечают в той же

модальности [Ван Юе, 2022]. Данное явление обладает развлекательным эффектом.

Приведем примеры:

*vitaliy chalov: без QR кода не пустили в маркет ))))*

*Милана Воронова: какой кабан осознанный) за едой в супермаркет)*

*Юрий Михайлович: А деньги у него были? (YouTube. 11.10.2021) (на видео «В Санкт-Петербурге днем дикий кабан атаковал супермаркет»).*

В данном случае первый пользователь комментирует с юмором, шутит над мерой для борьбы с коронавирусом, и другие пользователи тоже начали шутить над кабаном, создав коммуникативную атмосферу забавного разговора с позитивной модальностью. Стратегия юмора здесь реализуется в виде комментария-развлечения. Отметим, что макростратегия вежливости реализуется через кооперативность коммуникантов, поддерживающих друг друга.

### **2.3. Понятийная составляющая макростратегии «антивежливость» в русском языке**

В отличие от вежливости, антивежливость относительно недавно стала предметом специального исследования. Как антипод вежливости, антивежливость является сложным и многогранным явлением, привлекающим к себе всё больше внимания российских исследователей. В 2018 г. в Институте лингвистики РГГУ состоялась Международная научная конференция, на которой были представлены подходы и мнения ведущих специалистов в области русского языка, социолингвистики и межкультурной коммуникации относительно критериев выявления и оценки понятий вежливости, невежливости, антивежливости и их разграничения. При этом отметим, что понятие «антивежливость» пока не вошло в активный научный глоссарий и недостаточно описано в исследовательских материалах. Так, на данный момент в eLibrary. Ru можно найти всего 42 статей на эту тему. Приведем данные в течение 2014 – 2023 гг., собранные на основе «Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU».



**Таблица 3 – Количественные показатели научных работ по теме антивежливости**

Год	Количество работ	Год	Количество работ
2014	2	2019	7
2015	1	2020	6
2016	0	2021	6
2017	0	2022	5
2018	11	2023	4

Цифры, приведенные в таблице 3, можно представить графически:



Рисунок 2 – Количество работ с 2014 г. по 2023 г.

Коммуникативно-поведенческое поле, в котором фигурируют элементы поведения, противоречащие морально-этическим и вежливым нормам, значительно расширилось в последние годы, и интернет-коммуникация активно демонстрирует это. В связи с этим исследование понятия «антивежливость» представляется актуальной научной задачей.

Интернет-коммуникация может иметь различную тональность, подразумевающую «социальное качество ситуаций общения, определяемое степенью соблюдения этических норм взаимодействия коммуникантов» [Формановская, 2006, с. 111]. То есть интернет-коммуникация может различаться степенями вежливости – от степени вежливости до степени антивежливости.

Русскоязычный термин «антивежливость» впервые был предложен Н.И. Формановской [Формановская, 2007, с. 92]. Анти (греческое *anti* – против, вместо), приставка, означающая: противоположность, враждебность чему-либо,

направленность против чего-нибудь. Само понятие антивежливости начинает осмысливаться исследователями. Так, Н.Б. Боева-Омелечко определяет стратегию антивежливости как «стратегию, цель которой состоит в нанесении психологического ущерба собеседнику, его дискредитации, подчинении его интересов своим» [Боева-Омелечко, 2015, с. 86]. Е. Граф считает, что антивежливость в широком понимании обычно определяется как отказ от соблюдения этикета. Бранные выражения являются типичными формами проявления антивежливости [Граф, 2018]. Е.П. Буторина рассматривает антивежливость как одну характеристику речевого поведения. По её мнению, антивежливость отличается от невежливости, нельзя рассматривать антивежливость лишь как нарушение общепризнанных этикетных норм. Некоторые проявления антивежливого поведения могут сохранять все общепризнанные и рекомендуемые средства речевого этикета, но при их оценках ожидания партнёров по коммуникации будут нарушаться, поскольку «самая вежливая фраза в определённых условиях может быть расценена как самая издевательская или саркастичная, а самый вульгарный мат можно использовать как комплимент» [Жельвис 2011, с. 260]. Трактовка коммуникативного поведения как антивежливого является субъективной, а не абсолютной. Признаки невежливого поведения является объективными. Кроме того, Е.П. Буторина полагает, что можно рассматривать невежливость как грубость [Буторина, 2018].

В.И. Карасик считает, что «антивежливость в сети не всегда продиктована желанием оскорбить и унизить кого-либо» [Карасик, 2018, с. 111]. Он определяет антивежливость как «намеренное или ненамеренное нарушение норм вежливости, может быть оскорбительным, но может свидетельствовать об игровой, карнавальной тональности общения, с одной стороны, либо о принадлежности говорящего к иной лингвокультуре, с другой стороны» [Карасик, 2018, с. 111-112]. Подобного мнения придерживаются Е.О. Опарина [Опарина, 2020] и О.Б. Трубина [Трубина, 2020]. М.А. Кронгауз полагает, что антивежливость – это особые речевые средства, выражающие агрессию. Антивежливость включает в себя оскорбление, а за феноменами, связанными с пассивным нарушением внешних

функций речевого этикета, можно закрепить термин «невежливость» [Фуфаева, 2019].

Для того чтобы определить понятие антивежливости, нужно прежде всего соотнести его с легко заменяемым (однако отнюдь не тождественным ему) понятием «грубость». Однако отметим, что в последние годы российские и зарубежные исследователи (В.И. Жельвис, Т.В. Ларина, В.В. Леонтьев, Е.А. Руднева, А.В. Быстрых, J. Culpeper, D. Bousfield, M. Haugh, R. Watts, M. Locher и др.) начали углублять понятие «невежливость» для того, чтобы преодолеть «несовершенство» классических теорий вежливости, так как для полного, адекватного и всеохватывающего его освещения необходимо рассмотрение оппозиций – невежливых и грубых речевых действий коммуникантов.

В настоящее время зарубежные исследователи (Spencer-Oatey, Kádár, Haugh и др.) вводят в научный обиход зонтичный термин «лингвистическая (не)вежливость», который «применяется для обозначения градуированной шкалы оценочных значений, характерных для коммуникативного поведения говорящего во всем его разнообразии: от оценки данного поведения адресатом как тактичного, одобрительного, вежливого, уважительного, почтительного до его оценки как агрессивного, грубого, высокомерного, пренебрежительного» [Ерзинкян, 2018, с. 87]. Употребление термина (не)вежливости соответствует с принципом «бритвы Оккама», предусматривающим простоту в научных исследованиях. Хотя, например, Е.П. Буторина считает, что «антивежливость» и «невежливость» являются двумя разными понятиями, однако на самом деле они в большинстве случаев употребляются недифференцированно.

Невежливость начала привлекать к себе внимание исследователей с 90-х годов прошлого столетия. Сначала Дж. Калпепер (1996) пытался разработать модель невежливости на основе теории вежливости Брауна и Левинсона (1987). Учитывая, что теория вежливости связана с использованием стратегий для усиления или поддержания гармонии в общении, Дж. Калпепер определяет невежливость как «применение стратегии для достижения эффекта, противопоставленного эффекту стратегий вежливости, с целью атаки на лицо»

[Culpeper, 1996, с. 350]. Модель невежливости Дж. Калпепера может быть представлена следующим образом: 1) открытая или эксплицитная невежливость, предполагающая абсолютное игнорирование интересов лица собеседника; 2) позитивная невежливость, заключающаяся в использовании стратегий, наносящих урон позитивному лицу адресата; 3) негативная невежливость, базирующаяся на посягательстве на интересы негативного лица собеседника; 4) контекстно-обусловленная невежливость, в том числе ирония и сарказм, реализующаяся за счет динамического взаимодействия внешне вежливой формы, невежливой интенции говорящего и особого контекста, вне которого соответствующее высказывание будет выступать, скорее всего, в вежливой «ипостаси»; 5) отсутствие ожидаемой вежливости [Culpeper, 1996, с. 356–357; Bousfield, 2008, с. 113, 118]. Дж. Калпепер полагает, что невежливость проявляется на двух уровнях: на уровне лингвистической стратегии и на уровне интенций говорящего, истинная невежливость в основном определяется интенцией говорящего. Но впоследствии Дж. Калпепер по-новому толкует невежливость в монографии «Невежливость: оскорбление людей словами»: «Невежливость – это негативное отношение к определенному поведению, которое имеет место в конкретной ситуации. Она зависит от ожиданий, желаний или убеждений, которые мы имеем относительно того, как устроено общество и, в частности, как идентичность индивида или группы поддерживается другими людьми в процессе взаимодействия. Когда определенное поведение противоречит нашим ожиданиям, желаниям или убеждениям, мы оцениваем такое поведение негативно и считаем его невежливым. Такое поведение (считается) всегда оказывает эмоциональное воздействие хотя бы на одного из участников, т.е. оскорбляет. Различные факторы могут усилить оскорбительность невежливого поведения, например, степень, в которой слушатель воспринимает поведение как намеренное» [Culpeper, 2011, с. 23]. Можем видеть, что Дж. Калпепер начал уделять основное внимание оценке и чувствам слушателя, то есть интенции, воспринятой слушателем, а не самой интенции говорящего.

Д. Боусфилд полагает, что только при таком случае, когда говорящий намеревается передать интенцию невежливости, и слушающий распознает эту

интенцию, можно формировать настоящую и успешную невежливость [Bousfield, Derek, 2008, с. 26]. Д. Боусфилд разрабатывает модель динамического расширения невежливости, анализирует весь процесс невежливого дискурса – начало, середину и конец, начиная с типов деятельности диалога и норм сообщества практики до дискурса невежливого поведения. Модель Д. Боусфилда представлена в таблице 4.

**Таблица 4 – Модель невежливого поведения Д. Боусфилда**

невежливый дискурс		форма	стратегия	интерпретация
начало	запуск невежливости	случай оскорбления «случай запуска» невежливое поведение	ругаться	случай оскорбления, провоцирующий сквернословие: виновник, возраст, пол статус, раса, внешность, социально-физическая среда, нелюди правонарушители, сами как правонарушители, события, поведение, интенциональность, ущерб
середина	ответ на ситуацию оскорбления	не ответить	молчать	игнорирование невежливого поведения
		ответить	принять	принять на себя ответственность за проявление невежливости
			дать отпор	стратегия оскорбления стратегия обороны
конец	конец ситуации оскорбления	конец конфликта	1) уступать; 2) вмешательство третьей стороны; 3) примирение; 4) уклонение; 5) отступление	

Данная модель раскрывает рабочий механизм невежливости, который охватывает несколько раундов дискурса, позволяя нам более четко и наглядно наблюдать механизм формирования невежливости и его динамические процессы, дает представление о избегании и разрешении конфликтов языковыми способами, предоставляет более полную рамку для изучения невежливости в коммуникации [Янь Миньфэнь, 2012].

Интерес к изучению невежливости также и возрос в России (Н.И. Формановская, Т.В. Ларина, Ю.Е. Прохоров, И.А. Стернин, Т.Г. Винокур, О.С. Иссерс, В.В. Леонтьев, М.К. Тимофеева, М.Л. Харлова, Е.Л. Ерзинкян, Н.Г. Брагина, А.В. Быстрых, М.Ю. Россихина и др.).

А.А. Тиллабаева также и полагает, что невежливость противоречит «предустановкам и ожиданиям остальных участников коммуникации, и оказывается противопоставлена вежливости как регулярному речевому поведению» [Тиллабаева, 2020, с. 46]. Как и в работах некоторых других российских исследователей, в статье А.А. Тиллабаевой понятие невежливости сливается с понятием речевой агрессии – «целенаправленного коммуникативного действия, ориентированного на то, чтобы вызывать негативное эмоционально-психологическое состояние у объекта речевого воздействия» [Седов, 2005, с. 88].

В большинстве исследований в соответствии с традиционным подходом к описанию данных явлений закрепились термины «невежливость» и «грубость», что обусловлено «дуальностью взглядов на эти логически весьма близкие оценочные терминологические единицы» [Леонтьев, 2016, с. 27]. По мнению В.В. Леонтьева, грубость – это «крайняя степень проявления невежливости» [Там же]. «Грубость можно рассматривать как более сильное проявление невежливости» [Ларина, 2018, с. 140]. В.И. Жельвис определяет грубость как «систему коммуникативных стратегий и тактик, используемых в реальном общении и нацеленных на создание конфликтной коммуникации» [Жельвис, 2011, с. 258]. В «Словаре по этике» грубость определяется как «отрицательное моральное качество, характеризующее пренебрежение культурой поведения, противоположно вежливости. Будучи одним из внешних проявлений неуважительного отношения к людям, грубость выражается в откровенной недоброжелательности к окружающим, в невнимании к чужим интересам и запросам, в беззастенчивом навязывании другим людям своей воли и желаний, в неумении сдерживать свое раздражение (выдержка), в непредумышленном или намеренном оскорблении достоинства окружающих людей, в развязности, сквернословии, употреблении унижительных кличек и прозвищ, в хулиганских действиях» [Кон, 1981]. Поэтому грубость обычно

является целенаправленной, характеризуется интенцией вести себя неуважительно по отношению к адресату [Цит. по: Харлова, 2016, с. 21]. М.Л. Харлова говорит о том, что понятия «невежливость» и «грубость» не противопоставляются, они могут рассматриваться как синонимичные, но не совпадающие полностью понятия. Лингвист толкует грубость как «тип невежливого коммуникативного поведения, отличающегося степенью градации негативного воздействия на партнера» [Харлова, 2016, с. 22].

Из вышеизложенного следует, что между понятиями «антивежливость» и «грубость» существуют расхождения и пересечение значений. В связи с тем, что к грубости также можно относить ее многочисленные проявления, мы относим «грубость» к семантическому полю антивежливости.

А.А. Петрова на основе данных ассоциативного эксперимента выявляет ряд лексико-семантических элементов концепта «невежливость», представленных лексемами: хамство, невоспитанный, резкость, оскорбление, бескультурный, хам, мат, неуважение, плохо, плохое поведение, неприятный, раздражать, отвяжись, агрессия, неприятие. невежество, неучтивость, неучтивость, неприличие, непочтительность, брань, ругань, наглость, быдло [Петрова, 2021]. Очевидно, поле антивежливости включает проявления откровенно пейоративного поведения, и может быть расширено за счет намеков, насмешек, издевок и даже обманчиво положительных оценок, несущих, однако, в себе противоположный смысл.

Таким образом, к макростратегии **антивежливости**, по нашему мнению, можно относить 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* [Ван Юе, 2023]. Каждую из названных коммуникативно-поведенческих проявлений можно рассматривать как **коммуникативную стратегию**, реализующуюся через определенные языковые средства. 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» [Леонтьев, 2016, с. 33]. Для макростратегии «антивежливость» характерна общая модальность намеренно-агрессивного, грубо-конфликтного речевого поведения.

На основе вышесказанного мы составили следующую модель макростратегии антивежливости, включающую в себя различные коммуникативные стратегии (Таблица 5).

**Таблица 5 – Модель макростратегии «антивежливость»**

Макростратегия	Интенция	Стратегия	Речевые жанры, речевые действия, приемы и способы	Виды интернет-комментариев
антивежливость	нанесение обиды, причинение морального вреда собеседнику	грубость, хамство, непристойность, дисфемизация, назойливость	грубо-категоричное несогласие, брань, ругань, оскорбление	комментарий-несогласие, комментарий-развлечение, комментарий-троллинг <b>(по коммуникативным параметрам и типам высказываний)</b> ;
	намеренное создание неловкой для собеседника ситуации	бестактность, неуважительность	оскорбление	комментарий-информирование, аналитический комментарий, эмоциональный комментарий <b>(по форме изложения)</b> ;
	причинить зло, вред	враждебность, безучастность	оскорбление, злопожелание, хейтерство	комментарий относительно сферы общественной жизни; комментарий относительно личной сферы <b>(по предмету комментирования)</b> ;
	унизить, высмеивать других, показать превосходство над другими	презрительность, высокомерие, насмешка	ирония, сарказм	комментарий на политику, экономику, спорт, здоровье, шоу-бизнес, образование, туризм и др. <b>(по тематике исходного интернет-контента)</b> ;
	унизить, оскорбить других, провоцир	троллинг, унижение	сарказм, оскорбление	краткий комментарий и развёрнутый комментарий <b>(по объёму)</b> ;
				комментарии, адресованные к определённому пользователю и комментарии, адресованные ко всему сообществу интернет-пользователей <b>(по образу адресата)</b> ;



	овать конфликт		<p>комментарий к исходному интернет-контенту и комментарий к комментарию <b>(по степени вторичности и последовательности комментирования)</b>;</p> <p>вербализованный комментарий и невербализованный комментарий <b>(по степени вербализованности)</b>;</p> <p>текстовый комментарий, гипертекстовый комментарий и креолизованный комментарий <b>(по степени креолизованности)</b>;</p> <p>комментарий с негативными эмоциями <b>(по эмоциональной окраске)</b>;</p> <p>комментарий, адресованный на близко знакомых людей и комментарий, адресованный на незнакомых людей: на персонального интернет-пользователя (блогера, других интернет-комментаторов) и на институционального интернет-пользователя (интернет-СМИ, интернет-магазин) <b>(по отношению между автором интернет-контента и комментаторами)</b>.</p> <p>комментарии-репрезентативы, декларативы, директивы, комиссивы, экспрессивы, контактивы; комментарии с эмоциональной оценочностью <b>(по интенциональному принципу)</b>.</p>
--	-------------------	--	--

Далее по аналогии с описанием макростратегии вежливости охарактеризуем компоненты макродискурсивной модели антивежливости.

Отметим, что репертуар жанров здесь значительно беднее, нежели при возможности реализации вежливости. В макростратегии антивежливости преобладает жанр оскорбления. Оскорбление рассматривается нами как речевой жанр, в котором отрицательное мнение адресанта выражается в неуважительной форме с намерением унизить и обидеть адресата.

Помимо этого, в данной макростратегии реализуются речевые приемы иронии и сарказма (как противоположность доброго юмора), речевые действия, сопровождающие агрессивное поведение – брань и ругань, грубо-категоричное несогласие.

## **2.4. Коммуникативные стратегии, реализующие макростратегию «антивежливость» в русскоязычных интернет-комментариях**

### **2.4.1. Коммуникативные стратегии грубости, хамства, непристойности, дисфемизации и назойливости**

Грубость, хамство, непристойность, дисфемизация и назойливость объединяются общей интенцией нанесения обиды, причинения морального вреда собеседнику. «**Грубость**» происходит от прилагательного «грубый», которое определяется как «а) перен. Невежливый, неучтивый в поведении, в отношении к кому-л. б) Выражающий неуважение, пренебрежение к кому-л.» [Ефремова, 2000]. Однако грубость не всегда является агрессивной и оскорбительной в общении, особенно в интернет-коммуникации. По мнению В.И. Карасика, в силу анонимности интернет-коммуникации, распространена и неигровая грубость, и игровая [Карасик, 2018]. Неигровая грубость обычно обладает агрессивностью, безусловно, относится к антивежливости, а игровая грубость часто служит формой интимизации общения, шутливой игрой, т.е. совершается даже с позитивной интенцией кооперации, сближения с собеседником посредством шутки. Аналогичная точка зрения была предложена и австрийским лингвистом М. Кинпоинтнер [Kienpointner, 1997]. Он выделяет кооперативную и некооперативную грубость: кооперативная грубость включает притворную грубость и грубость, направленную на общие интересы, некооперативная грубость реализуется посредством стратегий невежливости Дж. Калпепера [Ларина, 2015, с. 35]. В данной диссертации применяем термины В.И. Карасика, считаем, что

игровая грубость не всегда антивежливая, также может быть вежливой. Но является ли игровая грубость вежливой или нет, в конечном счете, зависит от восприятия адресата. Сопоставим следующие примеры:

*Джек.: Тупая коза. На большее не способна. (Дзен. 15.10.22) (Кристина Асмус задрала юбку и исполнила странный танец за кулисами);*

*Екатерина Дмитриева: Вот действительно! На хрена бриллианты, если можно сожрать лобстера 😊; Elena Kotova: Охренительный нефритовый маникюр!!!! (YouTube. 05.11.2022) (на видео «Жру с Ян Гэ в Лондоне burger&lobster»);*

В первом примере обнаруживается неигровая грубость, которая проявляется через употребление инвективной лексики «тупая коза», обладает сильной агрессивностью и оскорбительным смыслом. Стратегия неигровой грубости реализована в виде комментария с негативными эмоциями. А во втором и третьем примерах, хотя «хрен», «охренительный» – это вульгаризмы, разговорно-сниженные слова, но в данном случае оценка не может осуществляться только через языковые формы, комментаторы здесь употребляют их без негативной интенции и не вызывают недовольства у других интернет-пользователей, не приводят к конфликту, это просто игровая грубость. Таким образом, реализация стратегии грубости в приведенных примерах не имеет своей целью оскорбить или обидеть кого-либо. Оскорбительной может являться сама форма изложения мыслей адресанта. Однако, по-видимому, оценка целевой аудитории дискурса позволяет комментаторам излагать мысли в подобном грубо-вульгарном ключе.

Стратегия неигровой грубости может быть реализована через речевые жанры несогласия, оскорбления. Рассмотрим примеры:

**Грубо-категоричное несогласие.** *kat s.: 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?»).*

В данном примере комментатор не согласен с мнением автора статьи по китайскому языку, грубо-категорично выражает своё несогласие, усиливая его восклицательными предложениями.

**Оскорбление.** *Сергей Разумистов: Биомусор* (VK. 02.11.2022) (на видео «Каждая русская девушка после отдыха в Дубай: беременная»).

В данном примере автор комментария сознательно оскорбляет героиню видео, используя в номинативном предложении инвектив *«биомусор»*, создавая конфликтно-агрессивную атмосферу.

**Хамство** определяется как поведение, поступки хама, который обозначает грубого, наглого, невоспитанного человека, готового на подлости [Ефремова, 2000]. Можно обнаруживать, что хамство пересекается с грубостью, наглостью, невоспитанностью и др. М.Л. Харлова полагает, что хамство – это тип грубого поведения (крайняя степень грубости), отличающийся деструктивной направленностью, т.е. совершаемый преднамеренно с целью получения психологического и эмоционального превосходства над собеседником [Харлова, 2016, с. 30-31]. Но на самом деле, хамство отличается от грубости. Неигровая грубость, безусловно, является деструктивной, а игровая грубость иногда может считаться конструктивной. Поэтому хамство – это крайняя степень неигровой грубости. Проявление хамства, объединяющее в себе непристойность, оскорбительный характер и желание унижить собеседников, говорит о близости данных коммуникативных стратегий и задействованных в них интенций. В интернет-коммуникации находим проявление хамского коммуникативного поведения, проявляющегося через крайнюю степень языковых оскорблений – бранную лексику – в примерах ниже:

*Юлия Титова: Это что за бабы такие, жрут всё подряд и то что самое дорогое? Как свиньи!* (Дзен. 14.10.22) (на статью «С какой девушкой я никогда в жизни не пойду на второе свидание»).


*Селя: Хуясе паруса. Ими фрегат в море отправлять, а не фигуру улучшить.*

*Моника Б.: Селя, заткни своё мурчалю.* (Дзен. Дата обращения: 26.04.23) (на видео «Как Правильное Белье может Подчеркнуть ваши достоинства и скрыть Недостатки»).

В первом примере автор комментария унижает героинь статьи, их поведение и привычки, употребляя разговорно-сниженные слова «бабы», «жрут» и сравнение «Как свиньи». Во втором примере, комментаторы унижают друг друга, разрушая не только нормы взаимоуважительного общения, но и демонстрирует непристойное коммуникативное поведение и негативное отношение ко всем участникам чата. Стратегия хамства в данных примерах реализуется в виде комментария с негативными эмоциями.

**Непристойность** – это свойство по значению прилагательного *непристойный*, которое обозначает «1) Крайне неприличный, бесстыдный, предосудительный. 2) разг. Ведущий себя крайне неприлично, предосудительно» [Ефремова, 2000]. Несмотря на публичность Интернет-пространства, в силу недостаточной цензуры, в интернет-комментариях нередко встречается обценная лексика, которая используется для реализации стратегии непристойности. Данная стратегия применяется для оскорбления и выброса личных отрицательных эмоций. Непристойные выражения чаще всего обнаруживаются в комментариях на красивых блогерш, которые демонстрируют свою красоту через видео или фото. Рассмотрим примеры (часть примеров отредактирована автором):

*Людмила Дружинина: Ну и триста лет она нам здалась ! Пусть хоть ж...у в красный выкрасит.* (Дзен. Дата обращения: 15.10.22) (на видео «Настасья Самбурская стала блондинкой. Идет ей?»).

*ЗМ: Толстожопый раскоряк*  (Дзен. Дата обращения: 19.02.23) (на видео «Чарующая красота. Симпатичных девушек много, но истинно красивых, как эта, совсем чуть-чуть»).

*Sergey Tyuvagubskij: С\*\*\* силиконовые...* (Дзен. Дата обращения: 15.10.22) (на статью «Анна Грачевская: Я нахожусь в такой форме практически два года, и мой вес колеблется от 41 до 43 килограммов»).

*Водяной: очень качественная б\*\*\*...очень* (Дзен. Дата обращения: 19.02.23) (на видео «Красота белого на загорелом»).

В данных примерах видим крайне оскорбительные и неприличные слова в адрес обсуждаемых женщин. Стратегия непристойности ярко проявляется через негативно-оскорбительный комментарий. Значительное количество подобных примеров позволяет говорить об определенном контингенте интернет-пользователей, оставляющих свои комментарии. По всей вероятности, в подобных случаях следует говорить не просто об оскорбительном коммуникативном поведении с комментированием, но о психологической потребности подобных пользователей сбросить негатив. Вместе с тем, мы уже упомянули выше о неблагоприятной экологии интернет-пространства, требующей более активной работы от модераторов.

**Дисфемизация.** В словарях дисфемизм определяется следующим образом: 1) «замена эмоционально и стилистически нейтрального слова более грубым, пренебрежительным и т.п.» [Арапова, 1999, с. 590]; 2) «слово или оборот, противоположный по функции эвфемизму, намеренное использование грубых, вульгарных, стилистически сниженных (иногда нецензурных) слов и выражений с целью выражения (резко) отрицательной оценки или создания экспрессии в тех случаях, где возможно стилистически и эмоционально-нейтральное употребление» [Стариченок, 2008, с 169]. Применение стратегии дисфемизации – это намеренное огрубление речи в рамках конкретной интерактивной деятельности в дискурсе, создание и поддержание конфликтной атмосферы в общении, что является крайней формой проявления антивежливости. Стратегия дисфемизации обычно реализуется в агрессивных формах в виде брани и ругани. Применение стратегии дисфемизации в интернет-комментариях может придать им экспрессивность и агрессивность, оказать негативное эмоциональное воздействие на адресатов, что в конечном итоге приводит к коммуникативному конфликту. Рассмотрим примеры:

*Ольга Каменскова: **Жирная корова, стыдно на улицу выходить....; ириша: кабыла позорная*** (Дзен. Дата обращения: 26.04.23) (на видео «Образ для 54 размера»).

Стратегия дисфемизации реализуется через использование намеренно оскорбительных зоонимов. Комментаторы сознательно используют зоонимы как дисфемизмы («корова», «кАбыла» – во втором случае намеренно подчеркивается неправильное написание для привлечения внимания и усиления оскорбительного эффекта), которые обладают заведомо оскорбительным характером. Кроме того, в первом примере автор комментария использует прилагательное «жирная» для оскорбления блогера.

**Назойливость** – это свойство по значению прилагательного назойливый, которое обозначает «надоедающий приставаниями, навязчивый; не оставляющий в покое» [Ушаков, 2014]. Пользователи нередко переводят комментарии в дискуссию, «цепляя» собеседника и требуя продолжения обсуждения. Из-за назойливости обычно возникают конфликтные ситуации, стороны прибегают к использованию инвектив, обценной лексики и переводят начавшийся конфликт в следующую стадию агрессивной коммуникации – хамство, непристойность, брань. Примером назойливости можем расценивать следующий диалог:

*Natali Vlasova: светлана, я с вами на ты переходила, это раз. Два - чешите с моей страницы, вместе с вашими гениальными комментариями)*

*светлана кузеванова: Natali Vlasova, спасибо за ответ! 😊*

*Natali Vlasova: светлана, обращайтесь)*

*светлана кузеванова: буду счастлива. (Дзен. Дата обращения: 31.01.23) (на статью «Группа "BTS": какие они на самом деле?»).*

В данном диалоге при эксплицируемых намеренно вежливых конструкциях видим имплицитное проявление антивежливости, где участники явно вкладывают в высказывания противоположный смысл.

Ещё один типичный пример:

*Blair Waldorf: Ничего удивительного, опять люди с нищербродским мышлением не понимают, что дать ребёнку все самое лучшее - естественное желание любого родителя. Им плевать, что он быстро вырастет из этих вещей. У них есть возможность потом купить новые.*

*Анна Исауленко: Blair, все самое лучшее – не значит потратить кучу бабла на пару месяцев. Это больше безграмотность.*

*Blair Waldorf ответила Анне: Анна, не значит для кого? Для вас? Для них это самое лучшее и у них есть возможность покупать такие дорогостоящие вещи на пару месяцев. Они этой возможностью пользуются.*

*Анна Исауленко ответила Blair: Blair, для всех адекватных и умных людей.*

*Blair Waldorf ответила Анне: Анна, это тоже кто сказал? Опять же вы? Я точно также могу сказать, что все адекватные и умные люди в состоянии понять, какие у этой семьи доходы и что они могут себе позволить покупать такие вещи без удара для бюджета*

*Анна Исауленко ответила Blair: Blair, сегодня этот бюджет есть, завтра его нет. Могут хоть задницу деньгами подтирать, это тоже возможность, но увы, такая же глупая. И да, это мое мнение, так что можете не задавать свой повторный вопрос, погоду он Вам не сделает.*

*Blair Waldorf ответила Анне: Анна, куда их бюджет денется? У всех этих блогеров-хуегеров куча продюсеров, сммичиков и прочих, которые ВСЕГДА придумают им контент, на котором они заработают миллионы. Эти ребята в месяц рубят по несколько миллионов, так что шмотки из ЦУМа для них небольшая трата. И жопу они могут подтирать, они заработали эти деньги и у них есть такая возможность. Хотя конечно это ор сравнивать подтирание жопы и покупку одежды для любимого ребёнка. Я понимаю, что это ваше мнение, но оно абсолютно узколобое*

*Анна Исауленко ответила Blair: Blair, я могла бы опуститься на дно до Вас и ответить на Вашем же сленге, но какой смысл объяснять что-то глупым и недалеким? Не рвите так задницу, это бессмысленно)*

*Blair Waldorf ответила Анне: Анна, ля, сразу видно, что вы - умный и адекватный человек) Поэтому вместо того, чтобы признать, что все люди разные, с разными доходами и что у людей из поста действительно есть возможность покупать такие вещи и это нормально, а не безграмотно - вы*



переходите на личности 😏 **На самом деле это является доказательством, что я права и у вас аргументов нет, поэтому вы решили пройтись по мне)**

*Анна Исауленко ответила Blair: Blair, я ответила лишь Вашим же высером. Тоже самое могу сказать и Вам «Вы просто не можете признать, что все люди разные, и для нормальных людей бессмысленная трата-это тупость и безграмотность». На этом и разойдёмся*

*Blair Waldorf ответила Анне: Анна, так я и признаю ваше мнение) Я же об этом писала ранее. Просто оно - узколобое. Потому что одно дело, когда человек говорит «я не считаю нужным покупать детям такие дорогие вещи, потому что они из них быстро вырастут, но то, что другие покупают - их дело и возможности», а другое говорить «люди, которые покупают дорогие вещи детям, безграмотные и тупые, ведь дети быстро вырастают из этих вещей». Это фактически не умение осознавать и принимать, что люди сами решают на что правильно тратить свои заработанные деньги + непонимание, что у людей есть возможность покупать такие вещи. Это узколобость. И нищербредское мышление. И возможно даже зависть. (VK. 12.03.2023) (на новость «Тим (сын Ани Ищук и Димы) на празднование 7 месяцев со Дня Рождения получил в подарок Гуччи и вещи из ЦУМа»).*

Мы видим назойливость пользователя Blair Waldorf. После того, как пользователь Анна Исауленко четко выразила желание, чтобы Blair Waldorf не задал вопросы, он всё ещё продолжал комментировать ей, унижал её, иронизировал по поводу высказанной ею позиции. Поэтому применение стратегии назойливости в интернет-комментариях обычно сопровождается применением других стратегий антивежливости, как стратегии унижения, насмешки, дисфемизации и др., что легко приводит к коммуникативному конфликту.

#### **2.4.2. Коммуникативные стратегии бестактности, неуважительности**

Коммуникативные стратегии бестактности и неуважительности объединяются общим смыслом намеренного создания неловкой для собеседника ситуации. Это

некорректные замечания, демонстрирующие пренебрежительное отношение, что видно в приведенных ниже примерах.

**Бестактность** – это свойство по значению прилагательного *бестактный*, которое обозначает «Лишенный такта, чуткости; нетактичный» [Ефремова, 2000]. Нетактичный – это «1) Не умеющий вести себя прилично, подобающим образом, с тактом. 2) Совершенный без такта, тактичности. 3) Свойственный тому, кто не отличается тактичностью» [Ефремова, 2000]. По мнению В.И. Карасика, бестактность «затрагивает болезненные для партнера темы разговора, хотя и не носит намеренно оскорбительного характера» [Карасик, 2018, с. 108]. В данном исследовании, мы считаем, что бестактными комментаторами являются те, которые не обладают чувством меры и сдержанностью, не могут вести себя пристойно и не уважают приватности других, затрагивают болезненные для адресата темы. Рассмотрим примеры:

*Антон: Чёт не вкусно. Доел только картошку, остальное выкинул (Delivery. 05.11.2022);*

*ПростоЯ: Не хочу никого обидеть, но ужасно!!! (YouTube. 05.11.2022) (на видео «Корейский маникюр | дизайн»);*

*Nike Rise: Кто делал этот маникюр? Выглядят как тесто на ногтях. Ужасно. (YouTube. 30.01.2023) (на видео «Таких нервов мне ЭТО далось 🤢 маникюр»).*

Авторы комментариев прямолинейно выражают свою отрицательную оценку, что может оказать отрицательное эмоциональное воздействие на адресатов.

**Неуважительность** – это свойство по значению прилагательного *неуважительный*, которое обозначает «выражающий неуважение, непочтение» [Ефремова, 2000]. Уважение – это «1) а) Чувство почтения, отношение, основанное на признании достоинств, высоких качеств кого-л., чего-л. б) Признание важности, значимости, ценности чего-л.; высокая оценка чего-л. 2) перен. разг.-сниж. Любовь, пристрастие к чему-л» [Ефремова, 2000]. Неуважение – это «отсутствие должного уважения; непочтительность» [Ефремова, 2000]. Рассмотрим пример:

*«8 ребер от упал на льду ??? он стеклянный что ли ... Может просто не хотел участвовать в ролике за кое что?» (VK. 30.01.2023) (на новость «Телеведущий Николай Дроздов попал в больницу с переломами восьми рёбер»).*

В данном примере открыто демонстрируется неуважение автора к пожилому известному телеведущему.

### 2.4.3. Коммуникативные стратегии враждебности, безучастности

Коммуникативные стратегии враждебности и безучастности объединяются общей интенцией причинить зло, вред.

**Враждебность** – это отвлечённое существительное по значению прилагательного враждебный, которое обозначает «1) а) Преисполненный вражды, неприязни. б) Выражающий враждебность. 2) а) Относящийся недоброжелательно, неприязненно, стремящийся причинить вред. б) Находящийся в состоянии вражды; вражеский, неприятельский» [Ефремова, 2000]. Враждебность состоит из совокупности различных взаимодействующих эмоций. Эмоции гнев, отвращение, и презрение, составляющие «триаду враждебности» К. Изарда, стимулируют деструктивное коммуникативное поведение [Изард, 1980].

Характерным проявлением стратегии враждебности в русскоязычных интернет-комментариях является **хейтерство** (hating), которое представляет собой «открытую демонстрацию ненависти и враждебности к оппоненту» [Ионова, 2021, с. 271], открытую демонстрацию «отрицательного (осуждающего, порицающего, презрительного и др.) отношения» [Калинина, 2020, с. 157]. Хейтерство «нарушает кооперативные нормы общения через использование клеветнических, провокативных, уничижительных, неискренних высказываний и др.» [Там же], обычно направлено против какой-либо группы или лица по признаку их пола, возраста, профессии, величины дохода, уровня образования, сексуальной ориентации, физических особенностей, расы, этнического происхождения, национальности, вероисповедания и др. Рассмотрим примеры:

*970538 галиулин: У меня швабра новее выглядит*

*Елена Ткаченко: Бабке под 80. Ей бы полежать, а с детьми надо бегать и прыгать. Всему своё время.*

*Валентина Щукина: Кикимора болотная.*

*Вася Васин: Всему свое время... Природа НЕ предусмотрела рождение детей в 100 лет не просто так...*

*lovezel: Приходит время расплачиваться за грехи.. Маленькие дети рядом со старой, умирающей матерью хуже наказания нет...*

*TataraG: Сделала выбор-пусть хлебает полной ложкой! Такую Страну предать! **Вообще не жаль!** (Дзен. Дата обращения: 02.06.23) (на статью «Устремительно стареющей Пугачевой не хватает сил на собственных детей»).*

В приведенных примерах можем видеть явно враждебное отношение по отношению к объекту комментария – А.Б. Пугачевой. Явно прослеживается отрицательное – осуждающее, порицающее, презрительное отношение комментаторов к певице.

*Лидия Мальцева: Отличная новость. **Чем меньше японцев, тем чище земля** (VK. 02.04.2023) (на новость «Японский композитор Рюити Сакамото умер от рака в возрасте 71 года — издание Yomiuri.»).*

*ольга галкина: Это татарский ВАК балиш со специями и луком, чуть бульона и масла.. Уверенна, что узбеки готовят на все сто процентов. Благодарю за прекрасный Ролик*

*Я Рафикова: ольга галкина, а вообще то ВАК бэлиш пекут с рисом*

*ольга галкина: Наиля Рафикова, Пусть пекут, мои называют ВАК балиш,, Главное вкусно и семья довольна, не пишите мне, пожалуйста.*

*Россия: ольга галкина, **только татарка так может общаться. какие вы вредные!** (Дзен. Дата обращения: 17.02.23) (на видео «Научила татарская бабушка. Теперь кто пробуют просят рецепт. Гениально просто»).*

В данных примерах враждебность была направлена против группы людей по признаку их национальности. В первом примере автор открыто демонстрирует враждебность к японцам, а во втором – враждебность направлена против татар.

Пожелание зла и проклятие также является типичной формой хейтерства, т.е. стратегия враждебности может реализоваться через речевой жанр злопожелания. Рассмотрим примеры:

**Злопожелание.** *Мистер Нидж: Ждём тебя ...С уважением Дьявол* ([VK. 30.01.2023](#)) (на новость «Телеведущий Николай Дроздов попал в больницу с переломами восьми рёбер»). При этом данный пример как раз можно отнести именно к антивежливости, поскольку в нем, 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.

**Безучастность** – это свойство по значению прилагательного *безучастный*, которое обозначает «1) Не проявляющий участия, интереса к кому-л., чему-л.; безразличный, равнодушный. 2) Не выражающий участия, исполненный равнодушия; отрешенный» [Ефремова, 2000]. Основным стимулом к написанию комментариев у большинства пользователей является все же эмоционально окрашенное позитивное или негативное отношение, а не равнодушное отношение. Поэтому на самом деле намеренная демонстрация безучастности в интернет-комментариях перерастает в откровенный негатив по отношению к комментируемой ситуации, приведём примеры:

*Анжелика К.: И зачем нам смотреть, как мальчик не правильно питается; Соглашусь с Вашим мнением: Каков смысл всех ваших постов?* ([Дзен. Дата обращения: 19.02.23](#)) (на видео «Как мальчик питается»).

В данных примерах стратегия безучастности реализуется в виде комментария с негативными эмоциями, авторы прямолинейно выражают свою незаинтересованность к контенту блогера, что на самом деле демонстрируют своё отрицательное отношение и может оказать негативное влияние на блогера.

*татьяна русинова: Вообще **пофиг**, как они будут жить. Пусть они будут только подальше от нас и уже не напоминают о себе (Дзен. Дата обращения: 04.11.22) (на видео «Пугачева и Галкин могут забыть о роскошной жизни»).*

Автор употребляет жаргон «*пофиг*», который обозначает отсутствие у кого-либо по отношению к чему-либо или к кому-либо какого-либо интереса.

#### **2.4.4. Коммуникативные стратегии презрительности, высокомерия, насмешки**

Коммуникативные стратегии презрительности, высокомерия и насмешки объединяются общей интенцией унизить, высмеивать других, показать превосходство над другими.

**Презрительность** – это свойство, соотносимое по значению с прилагательным презрительный: «1) а) Проникнутый презрением, исполненный презрения. б) Выражающий презрение. 2) устар. Вызывающий чувство презрения; презренный» [Ефремова, 2000]. Например,

*ирина коваленко: Natali Vlasova, вы показали себя во всей «красе»! Психолог из вас так себе ...Это ещё мягко сказано... (Дзен. Дата обращения: 31.01.23) (на статью «Группа “BTS”: какие они на самом деле?»).*

*Валерий Фандорин: Пускай работают и домой не появляются. У них дома все равно нечего делать, кроме одного... А их и так уже 1,5 млрд. Диана Ашуркина: Валерий, да уж, китайцы хотя бы какое-то развитие несут, а эти... (VK. 11.03.23) (на новость «Apple добилась разрешения на 12-часовые смены для женщин в Индии — Gadget Tendency.»).*

В первом примере можем видеть пренебрежительное отношение комментатора к другому интернет-комментатору, во втором – к Индии.

*BigChozah: Хлебайте с двух рук, **янки!** (Пикабу. Дата обращения: 29.04.23) (на пост «Экология в штате Огайо»).*

Автор употребляет название американца «*янки*» в качестве этнофолизма, выражая пренебрежительно-презрительное отношение к американцам.

**Высокомерие** – это «уверенность в своем превосходстве, пренебрежительное отношение к окружающим» [Ефремова, 2000]. Рассмотрим примеры:

*Елена Карабашина: У нас, русских - это называется КУРНИК!!! А так здорово.*

*Мальшиева Ирина: Елена Карабашина, правильно, и мы русские еще бульон в курник добавляем в процессе готовки.*

*Михаил Деев: Готовить с узбечкой? Да Боже упаси!!!! (Дзен. Дата обращения: 17.02.23) (на видео «Научила татарская бабушка. Теперь кто пробуют просят рецепт. Гениально просто»).*

Можно видеть проявление высокомерия комментаторов к культуре еды других наций – они убеждены в превосходстве своей национальной кухни.

В Толковом словаре русского языка под ред. Д.Н. Ушакова **насмешка** определяется как «обидную шутку, издевку, выражение иронического отношения» [Ушаков, 2014]. Стратегия насмешки обычно применяется в интернет-комментариях для того, чтобы унизить, высмеивать кого-либо. Как разновидности субъективной модальности, ироническая модальность и модальность сарказма позволяют реализовать стратегию насмешки. В отличие от юмора, который способствует укреплению внутригрупповых связей, ирония и сарказм обычно противоречат принципу кооперации. В случае с применением стратегии юмора доминирует желание вызвать положительные эмоции, однако в случае с применением иронии и сарказма отрицательная деонтическая оценка связана с негативными эмоциями [Шилихина, 2014].

О.С. Ахманова определяет **иронию** как прием, который заключается в «употреблении слова в смысле обратном буквальном с целью тонкой или скрытой насмешки» [Ахманова, 1966, с. 185]. В «Новом толково-словообразовательном словаре русского языка» ирония определяется как «тонкая насмешка, прикрытая серьезной формой выражения или внешне положительной оценкой» [Ефремова, 2000]. В.В. Фенина полагает, что ирония основана на «расхождении между эксплицитным и имплицитным планом высказывания». По её мнению, ирония «содержит в себе отрицание, несогласие с реальным положением вещей» [Фенина,

2015, с. 30]. Российские учёные, такие как О.П. Ермакова, К.В. Охримович, В.М. Пивоев, отмечают, что довольно часто ирония в русском языке не содержит комизма, она выражает, скорее, язвительную острую критику [Пивоев, 2000; Охримович, 2004; Ермакова, 2011]. Однако К.М. Шилихина полагает, что не все проявления иронии являются отрицательными, ирония обладает противоположными оценками: от положительной (тонкая, легкая ирония) до отрицательной (горькая, едкая, злая). Тонкая, легкая иронии не являются агрессивными, не приносят коммуникативного неудобства и не влияют на взаимоотношения между участниками общения. Они используются для снятия напряжения или развлечения [Шилихина, 2014]. Поэтому тонкая легкая ирония не относится к стратегии насмешки.

В русскоязычных интернет-комментариях горькая, едкая и злая ирония помогает интернет-пользователям косвенно выражать негативное отношение, передать раздражение, возмущение и неприязнь, когда «прямое отрицание или неприятие неуместны, не приняты или вовсе запрещены» [Фенина, 2015, с. 31]. Рассмотрим примеры:

*Гость: Симпатичный мужчина, единственный минус – немного женственный, а так молодец, добился успеха, поздравляю тебя Олег Валеев;*

*Гость: Нормальный мужик, страшным я бы его не назвал (Woman.ru. Дата обращения: 08.11.22) (на новость «Королева красоты Крыма в гневе: Нос такой, потому что его сломал бывший, а губы — неудачный ракурс!»).*

В данных примерах авторы иронизируют над внешностью королевы красоты Крыма, что может рассматриваться как речевая агрессия, отражающая критическое отношение интернет-пользователей к конкурсу «Королева красоты-Крым» и королеве красоты. Такое явление может называться «коллективной иронией», что вообще характерно для интернет-коммуникации [Шилихина, 2014, с. 209].

*Борис Воробьев: Григорий Керченский, Так коль вы, уважаемый сомневающийся, не изучали вопрос количества конструктивизма в Ленинграде, то может и не надо писать резкие комменты, а лучше книжки или сайты*



*почитать? :)* (Дзен. Дата обращения: 03.10.22) (на статью «Общежитие: "Некоторые жили здесь и по 10 лет - вечные студенты или хитрецы и пройдохи"»).

В данном случае комментатор иронизирует в адрес человека, высказавшего мнение без тщательного исследования, употребляя при обращении сочетание «уважаемый» + «сомневающийся».

Что касается **сарказма**, то одни исследователи считают, что ирония и сарказм мало отличаются друг от друга, а другие полагают, что они различные явления. По мнению К.М. Шилихиной, различие иронии и сарказма состоит в том, что «насколько явно говорящий выражает отрицательное отношение к обсуждаемой ситуации» [Шилихина, 2014, с. 96]. Западный учёный Дж. Калпепер относит стратегию сарказма к категории невежливости. Слово «сарказм» произошло от греч. *sarkasmos*, буквально «разрывать мясо», определяется как «1) Злая, язвительная насмешка, едкая ирония. 2) Язвительное, едко-насмешливое замечание, выражение» [Ефремова, 2000]. М.А. Горте толкует сарказм как «высмеивание чьих-либо промахов или недостатков в язвительной форме» [Горте, 2007, с. 130]. Сарказм представляет собой высшую степень иронии, он является более невежливым, более язвительным и более оскорбительным, чем ирония. Приведем примеры:

*Акутат Матика: Похож на хороши сворионую курицу.;*

*Sh Shomirodov: Белый как мёртв.;*

*Светлана Иванова: Блин, он похож на устрицу. (YouTube. 23.10.2022) (на видео «Маск во всей красе»).*

В данных примерах комментаторы явно выражают отрицательное отношение, высмеивают фигуру и цвет кожи Илона Маска в язвительной форме.

#### **2.4.5. Коммуникативные стратегии троллинга, унижения**

Коммуникативные стратегии троллинга и унижения объединяются общей интенцией унизить, оскорбить других, спровоцировать конфликт.

**Троллинг** (от англ. trolling — ловля рыбы на блесну) представляет собой агрессивную форму интернет-пространства, «процесс размещения на виртуальных коммуникативных ресурсах провокационных сообщений с целью нагнетания конфликтов посредством нарушения правил этического кодекса интернет-взаимодействия» [Внебрачных, 2012, с. 49]. Коммуникативная стратегия троллинга – это специфическая некооперативная коммуникативная стратегия, свойственная современной интернет-коммуникации, позволяющая определённым пользователям «путём провокации и жесткой манипуляции добиться внимания большого числа пользователей» [Василькова, 2021, с. 277]. Стратегия троллинга активно применяется в интернет-коммуникации, особенно в интернет-комментариях, нарушает принципы социального общения, морально-этические нормы и создаёт конфликтогенную среду в интернет-пространстве. Стратегия троллинга реализуется путем вовлечения пользователей в диалог и использования стратегии провокации, которая заключается в том, что автор провокационного заявления намеренно вызывает у пользователей реакции несогласия, возмущения, отрицания [Ван Юе, 2023]. По мнению Л. Р. Абдуллиной, троллинг ориентирован на «дестабилизацию как эмоционального состояния комментаторов, так и медиaproстранства в целом» [Абдуллина, 2017, с. 186]. Приведем пример:

*Иванов: Насчет красоты: а вы глазами смотрите? Или вам можно внушить все, что угодно? Для монгольского арата она, может, и кажется красивой. Или бурятскому солдату <...>. А так – нет.*

*Светлана Н.: Иванов, сочувствую.*

*Анна В: Иванов, а при чем тут бурятские солдаты??? Или вы что, считаете, что у бурят нет канонов красоты? Они есть, и сейчас восточная экзотическая красота буряток в тренде. Я живу около Байкала, и вы бы видели, какие здесь девушки красивые! И у монгольского арата есть свое представление о женской красоте, только свое. Да при чем здесь национальность (тем более монголоидная раса)? Вы вообще, о чем? Хотите показать себя знатоком женской красоты? Видала я таких! Всё и вся обгадить, об\*\*\*\*ть только потому, что ни одна мало мальски смазливая девчонка в школе не обращала на*

*него внимания. Да и в юности никто не давал. Вот поэтому, такие как вы и делают вид, что им не больно то и надо! Тем более, кругом одни уродки, для монголов и бурят.*

*Иванов: Светлана Н., кому? Я сочувствую тем бедолагам, которым Нефертити кажется красивой. Бюст хорош, как произведение искусства. Но посмотрите объективно на саму модель и представьте, как она выглядела в жизни!*

*Светлана Н.: Иванов, вам сочувствую, потому что круг ваших представлений о красоте слишком узок. Нефертити объективно красива и чертами лица, и их благородной гармонией. И в жизни выглядела бы экзотической красавицей. (Дзен. Дата обращения: 28.03.2023) (на статью «Загадка Нефертити или всё, что вы хотели и НЕ хотели знать о великой царице»).*

В данном примере намеренно провоцируются негативные реакции других пользователей, причем предметом конфликтного полилога служит не сам объект комментария – статья, а отсылка к национальности. Автор первого конфликтного комментария (тролль) далее намеренно отвечает в провокационной манере для разжигания конфликта. В ответах на его вбросы пользователи, вовлеченные в спор, применяют разные стратегии. Негативный контекст реализован в виде комментария-троллинга.

Выбранный пример является уже отредактированным модератором. В большинстве же, несмотря на публичность интернет-пространства, комментаторы-тролли, авторы провокационных комментариев, используют негативные примеры, инвективы, бранную и обсценную лексику, фамильярно-презрительное отношение и др. Ответы как правило являются также глубоко негативными и содержат аналогичные стратегии грубости, непристойности, бестактности и др. Стратегия троллинга в конечном счете переводит общение в конфликтный полилог, приводящий к еще одной разновидности антивежливого общения – флеймингу.

**Флейминг** (от англ. flame — «пламя») является «результатом процесса деструктивной коммуникации» [Моисеева, 2022, с. 1]. Флейминг по своей сути является жанром болтовни и может проявляться как «спор ради спора».

Пользователи обмениваются сообщениями, переходящими в словесную войну, при этом коммуниканты, переходя на личности, уже забывают об изначальной причине спора. Сообщения флейма могут содержать личные оскорбления и нацелены на дальнейшее разжигание ссоры. Нередко именно троллинг является причиной возникновения флейминга. Приведем пример диалога пользователей:

*Дмитрий С.: Остались еще дураки кто покупает этот убогий апл? Я думал что этот г\*\*\*о-бред давно обанкротился.*

*Катерина Г.: Дмитрий, какие телефоны по вашему нормальные?*

*Дмитрий С.: Катерина, РОСО, Infinix, Vivo, BQ, Oukitel*

*豊満桃 🍑: ахаххахахаха б\*\*\**

*Дмитрий С.: 豊満, вумен с эплом я так понимаю смешно с нормальных телефонов?*

*Аня М: вас забайтили как дурачков*

*Дмитрий С.: твой низкий кругозор заканчивается на айфонах для дегенератов? (VK. Дата обращения: 18.03.2023) (на новость «Компания Apple анонсировала новый цвет для iPhone 14 и iPhone 14 Plus»).*

В данном примере оскорбительные комментарии и унижение покупателей iPhone используется пользователем с целью продолжения флейминга и разжигания конфликта. Очевидно, он добился своей цели – видим множество ответов с применением стратегий грубости, насмешки, бестактности, назойливости, дисфемизации и др.

Лучший ответ на интернет-комментарий с применением стратегии троллинга – это не реагировать на него, не применять стратегий антивежливости, особенно стратегии назойливости, так как любая ответная реакция поможет троллям реализовать интенцию провокации и – как последствия – стратегию флейминга [Ван Юе, 2023].

**Унижение** – это «1) Процесс действия по знач. глаг.: унижать, унизить, унижаться, унизиться. 2) Состояние по знач. глаг.: унижаться, унизиться. 3) То, что умаляет достоинство; оскорбление» [Ефремова, 2000]. Унижать – это «1) Ставить кого-л. в унижительное положение. 2) Умалить чье-л. достоинство, оскорблять чье-

л. самолюбие» [Ефремова, 2000]. Поэтому применение стратегии унижения – это выражать крайне негативное отношение адресанта к адресату, осуществлять атаку на лицо адресата, унижать его достоинство, оскорблять его по признаку пола, возраста, расы, национальности, принадлежности к какой-либо социальной группе, профессиональной компетентности и др., тем самым наносить ему эмоциональный ущерб. И адресат может осознать данное поведение как преднамеренное нанесение урона его лицу. Приведём примеры:

*Ратмир Ко: Кошмар какой то! В жизни,скорей всего ещё хуже.....*  
(YouTube. 05.11.2022) (на видео «Корейский маникюр | дизайн»).

*антизомби зомбович: свинота* (Дзен. Дата обращения: 26.04.2023) (на видео «Повседневный образ для PLUS SIZE»).

В первом примере предметом унижения является профессиональная пригодность блогера. Во втором – предметом унижения является внешность блогера, и стратегия унижения реализуется посредством инвективы – негативной эмоционально-оценочной лексической единицы «свинота» – оскорбительного зоонима для отрицательного воздействия оскорбления, унижения, обиды.

### Выводы по второй главе

1. Коммуникативные стратегии, реализующиеся в интернет-комментариях, можно оценивать с точки зрения дискурсивно-прагматических макростратегий вежливости и антивежливости. Вежливость и антивежливость являются сложными и динамичными языковыми и социально-культурными явлениями. Вежливость представляет собой социально-этическую коммуникативную категорию, обеспечивающая бесконфликтное общение; уважение к другим, соблюдение правил приличия и этикета, принятых в данном обществе и проявление воспитанности. Реализуемая модальность антивежливости – это намеренное или ненамеренное нарушение норм вежливости, может быть или оскорбительной, или игровой. Причины появления антивежливых интернет-комментариев состоят в том, что с одной стороны, интернет-комментарий характеризуется анонимностью и

свободой слова, с другой стороны, если исходный интернет-контент или комментарий содержат антивежливые поведенческие проявления, то они могут провоцировать ответный удар. Коммуникативные стратегии объединяются общей модальностью вежливости и антивежливости.

2. Антивежливость и невежливость являются двумя разными понятиями, антивежливость не может во всех случаях считаться невежливостью, и антивежливость оценивается не абсолютно, а относительно ожиданий партнёров по коммуникации. А между антивежливостью и грубостью существуют расхождения и пересечение значений.

3. Вежливость и антивежливость можно определить как макростратегии. Результаты анализа макростратегий вежливости и антивежливости подтверждают многокомпонентность данных систем, включающих в себя коммуникативные стратегии, определяемые интенциями адресанта, и реализующиеся через определенные речевые жанры, речевые действия и приемы в различных видах интернет-комментариев.

4. К макростратегии вежливости относятся 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, интенция которой является соблюдением ритуальных принятых обществом норм; 4) стратегия юмора, интенция которой является оживлением коммуникативной атмосферы, уменьшением напряжения и неловкости в общении, привлечением внимания. Стратегии тактичности, деликатности, иносказательности и эвфемизации могут реализоваться через речевые жанры намека, согласия и вежливого несогласия и возражения в видах комментария-согласия, комментария-несогласия, комментария-дополнения, комментария-пояснения и др. Стратегии приветливости, комплиментарности и уважительности могут реализоваться через речевые жанры комплимента и похвалы в видах комментария с позитивными эмоциями, креолизованного комментария и

др. Стратегия этикетности может реализоваться через речевые жанры благодарности, извинения, пожелания, поздравления, приветствия, сожаления, сочувствия, сопереживания, соболезнования, обращения и комплимента в видах комментария с позитивными эмоциями, креолизованного комментария и др. Стратегия юмора может реализоваться через речевые жанры шутки и анекдота в видах комментария с позитивными эмоциями, креолизованного комментария, комментария-развлечения и др. Комментаторы употребляют данные стратегии, речевые жанры и приемы для того, чтобы достичь наилучшего коммуникативного эффекта, избегать конфликта, и даже флейминга, создать вежливый образ.

5. К макростратегии антивежливости относятся следующие коммуникативные стратегии: 1) стратегии грубости, хамства, непристойности, дисфемизации и назойливости, объединяющиеся общей интенцией нанесения обиды, причинение 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 унижить, высмеивать других, показать превосходство над другими; 5) стратегии троллинга и унижения, объединяющиеся общей интенцией унижить, оскорбить других, провоцировать конфликт. Среди них, стратегия грубости может реализоваться через речевые жанры грубо-категоричного несогласия и оскорбления, стратегия насмешки может реализоваться через речевые жанры иронии и сарказма. 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. Причинами применения данных стратегий комментаторами являются или отсутствие стратегий коммуникативного смягчения для реализации вежливости, или наличие интенции преднамеренной агрессии.

В большинстве случаев в интернет-комментариях автор реализует несколько интенций, в результате чего в тексте комментария увидим многокомпонентное образование, где каждый коммуникативный компонент (коммуникативная стратегия) способствует формированию мелиоративного фона в семантическом поле вежливости или пейоративного фона в семантическом поле антивежливости. 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.

б. Названные макростратегии и стратегии могут реализовываться в различных видах интернет-комментариев. Макростратегии вежливости и антивежливости задаются модальностью, в то время как интенции определяют форму и жанр.



### Глава 3. Лингвистические средства и способы вербализации макростратегий вежливости и антивежливости в русскоязычных интернет-комментариях

Коммуникативные стратегии определяют выбор конкретных способов и средств их реализации. В данной главе на основании имеющегося практического материала мы выделили следующие языковые средства реализации макростратегий вежливости и антивежливости в русскоязычных интернет-комментариях: 1) лексические; 2) морфологические; 3) синтаксические; 4) стилистические; 5) фонетические; 6) паралингвистические.

#### 3.1. Лингвистические средства и способы вербализации вежливости в русскоязычных интернет-комментариях

##### 3.1.1. Лексические средства

Анализ имеющегося практического материала показал, что наиболее действенными и распространёнными языковыми средствами являются лексические возможности. Лексические средства напрямую дают возможность коммуникантам выражать свое мнение. В ходе исследования фактического материала нами выявлены многообразные лексические средства, используемые для реализации коммуникативных стратегий вежливости. В результате их систематизации были получены следующие средства:

1. Лексика, обозначающая **положительные эмоции** – от просторечной и жаргонной до окказионально-авторской и книжной: *радоваться, любить, нравиться, обожать, вдохновлять, уважать, восхищаться, кайфовать, очаровать, благодарить, переживать, обалдеть, приятно, лайк* и др. Они позволяют комментаторам передать положительные эмоции, реализовать макростратегию вежливости. Рассмотрим примеры:

Полина Кадыбердеева: **Рада**, что попала на Ваш канал, всё понятно и кажется просто, буду пробовать!👉; Эльмира Рашидова: **Умничка** большая 🤗🤗; **люблю** таких хозяйшек , подписалась на вас, **мотивашка** ты наша 🤗🤗;

Ната\_Чур: Спасибо большое! Очень **нравятся** Ваши рецепты! Собираю себе в копилочку. Тоже люблю домашние полуфабрикаты.;

KathrineSan: Добрый день!! **Спасибо огромное**, хозяйюшка, за такие **замечательные, интересные и новые** для меня рецепты!! Не встречала таких корзиночек, очень **понравилась** идея!! И никогда не догадалась бы заморозить пакет с курицей и овощами!!! Очень **понравилось** Ваше видео!! **Благодарю!** ❤️❤️❤️;

Наталья Иванова: **Спасибо**, огромное за ваш труд. Всегда с удовольствием смотрю ваши ролики. Тоже стараюсь экономить и всё делать сама, а не покупать полуфабрикаты. Вы умничка. Жду следующих ваших роликов! 👍👍👍 (YouTube. 19.10.2022) (на видео «КАК ЗА 700р ЗАГОТОВИТЬ ЕДУ НА НЕДЕЛЮ? Полуфабрикаты Из 2-х Куриц!»).

В приведенных примерах авторы комментариев выражают восхищение и благодарность к блогеру, реализуют стратегии приветливости, комплиментарности и этикетности через речевые жанры комплимента, похвалы и благодарности, используя лексику, обозначающую положительные эмоции и положительную оценку (*рада, люблю, нравятся, спасибо и др.*).



Кристина Нагорная: **Молодцы парни, обожаю** вас. **Крутышек** тоже 🤗👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍 (YouTube. 20.10.2022) (на видео «Мальчик Повторил Танец 🤗👉 Tuzelity New Shuffle Dance 🤗👉»).

В приведенном примере автор комментария выражает восхищение и любовь к мальчику за танец, реализует стратегию комплиментарности через речевой жанр комплимента, используя слово «*обожаю*», которое означает сильную любовь.


ou5: **тории** я тебя так **люблю**( все твои ролики **люблю!!!** всегда **интересно и классно...**смотрю тебя давно так что **спасибо** за твой труд!! ты **крутая** очень и

*вдохновляешь* меня (YouTube. 20.10.2022) (на видео «Что мы едим и СКОЛЬКО ТРАТИМ в день живя в Японии»).

В приведенном примере автор комментария выражает восхищение и любовь к автору видео, реализует стратегии комплиментарности и этикетности через речевые жанры комплимента и благодарности, используя слова «люблю», «вдохновляешь». Позитивный контекст создается за счет разговорно-сленговых слов «крутая» и «классно» в значении высшей степени качества, свой восторг автор демонстрирует через сочетание стилистически повышенных и намеренно разговорной реплики.

*Вера Талмантене: Мой котюня так целуется, а здесь-лев, царь природы! Восхищена и преклоняюсь перед вами, люди, за вашу любовь к животным!!!*   (YouTube. 02.11.2022) (на видео «ВЫ ХОТЕЛИ ЭТО ВИДЕТЬ! Олег Зубков пришёл ко львам, его встречает ВОЖАК ЛЬВОВ!»).

В приведенном примере автор комментария выражает восхищение и уважение к директору зоопарка, реализует стратегии комплиментарности и уважительности через речевые жанры комплимента и похвалы, используя слова «восхищена» и «преклоняюсь».

*Кристалл N.: Просто кайфует и др заряжает позитивом!!!* (Дзен. Дата обращения: 29.04.23) (на видео « Артист театра Аллы Духовой TODES Денис Ишметов #todes»).

Слово «кайф» обозначает приятные ощущения в высшей степени. В приведенном примере автор комментария употребляет слово «кайфует» для выражения восхищения и любви к артисту. Автор комментария реализует стратегию приветливости через речевой жанр комплимента.

*Александр Болотских: Великий человек и великий композитор. К сожалению, так и не победил рак, хотя после того, как его обнаружили, прожил ещё довольно долго и смог внести еще вклад в искусство. Когда услышал эту новость, аж на душе как то тяжело стало, хоть и, понятное дело, не знал его лично, но был поклонником его творчества и относился к нему с безграничным уважением* (VK.

02.04.2023) (на новость «Японский композитор Рюити Сакамото умер от рака в возрасте 71 года — издание Yomiuri.»).

В данном примере автор комментария выражает восхищение и уважение к композитору Рюити Сакамото, реализует стратегии комплиментарности и уважительности через речевые жанры комплимента и похвалы, используя выражения «с безграничным уважением».

*@user-lybkh2mz9i: Бедные люди! **Соболезную** вам и вместе с вами скорбим! Самая большая ценность на земле, это человеческая жизнь. **Крепитесь** уважаемые турецкие и сирийские народы, мы очень за вас **переживаем**, так мир хрупок!* (YouTube. 19.02.2023) (на видео «Землетрясение в Турции и Сирии: жертв уже почти 50 тысяч»).

В данном примере автор комментария выражает сочувствие к жителям Турции и Сирии, пострадавшим от землетрясения, реализует стратегию этикетности через речевые жанры соболезнования и сопереживания, используя лексемы «скорбим», «соболезную», «крепитесь», «переживаем».

*Андрей Григорьев: **Очарован**. Бельгия действительно может гордиться таким Мастером.* (Дзен. Дата обращения: 12.10.22) (на статью «Художник Эмиль Клаус. Почему картины этого бельгийца так похожи на шедевры Моне?»).

Автор комментария выражает восхищение художником, реализуя стратегию комплиментарности через речевой жанр комплимента, используя слово «очарован», апеллируя к чувству гордости и называя художника «Мастером» с большой буквы.

*Милашка Джесси: **Спасибо** за ваш **профессиональный подход**. У вас очень **хорошо** получается **грамотно структурировать** тему обзора. **Приятно** слушать. А сапожки на вас- просто загляденье!* (YouTube. 19.10.2022) (на видео «ТРЕНДЫ ОБУВИ СЕЗОНА ОСЕНЬ - ЗИМА 2022-2023 | ВЫБИРАЕМ МОДНУЮ ОБУВЬ | СОБИРАЕМ ГАРДЕРОБ»).

Автор комментария выражает восхищение, похвалив профессионализм и манеру одеваться, реализует стратегии комплиментарности, приветливости и этикетности через речевые жанры комплимента, похвалы и благодарности, используя слова с положительной коннотацией «спасибо», «приятно», «грамотно»,

«хорошо». Словосочетание «*профессиональный подход*» отражает уважение комментатора к деятельности и уровню компетентности стилиста.

*Кто есть Кто: На "пять"! Лайк!* (Дзен. Дата обращения: 27.03.23) (на видео «Боже, как вкусно. Такой вкусный что я готовлю их минимум 3 раза в неделю. Рецепт, которому меня научила моя бабушка.»).

Автор комментария выражает восхищение краткими разговорными репликами «*На "пять"*», «*Лайк*», и выводя дискурс в стратегию комплиментарности.

*Вячеслав Р.: Обалдеть! И как вы находите эту красоту!))* (Дзен. Дата обращения: 13.10.22) (на видео «Гриб года!»).

Сниженно-разговорное слово «*Обалдеть*» в одном из значений определяется как «испытание восхищения, восторг от кого-, чего-л.» [Большой толковый словарь русского языка, 1998]. В данном примере автор комментария употребляет его для выражения восхищения блогером за то, что она нашла красивый гриб.

2. Лексика и выражения, несущие **положительную оценку**, причем как высокого книжного стиля, так и сниженно-разговорного: **существительные** (*молодец, прелесть, величие, красота, интерес, респект, кайф, топ, супер и др.*), **прилагательные** (*великий, прекрасный, великолепный, полезный, замечательный, отличный, эстетичный, познавательный, талантливый, гениальный, офигенный, шикарный, и др.*), **наречия** (*грамотно, хорошо, правильно, чудесно, здорово, фейерично, восхитительно, аппетитно, круто, прикольно и др.*), **междометия** (*браво, класс, ах и др.*), **фразеологизмы и прецедентные единицы** (*луч света в тёмном царстве, снимать шляпу, с большим сердцем, на высшем уровне, на высоте, слава Богу, золотые слова и др.*). Таким образом, на лексическом уровне русского языка имеется большой слой единиц, которые содержат в своем значении положительную оценочность, помогут комментаторам реализовать маркостратегию вежливости. Рассмотрим примеры:

*Галина Ш: Молодец! Я пенсионерка и с интересом посмотрела прекрасный совет и воспользуюсь им! Спасибо!* (YouTube. 19.10.2022) (на видео «КАК ЗА 700р ЗАГОТОВИТЬ ЕДУ НА НЕДЕЛЮ? Полуфабрикаты Из 2-х Куриц!»).

В приведенном примере автор комментария выражает восхищение блогером, реализует стратегии комплиментарности, этикетности через речевые жанры комплимента и благодарности, используя слова «*молодец*» и «*прекрасный*», обозначающие положительную оценку.

*Светлана Васильева: Красота и величие! Какое счастье учиться в этом университете!!! Отличная статья, потрясающие фотографии! Огромное спасибо вам! (Дзен. Дата обращения: 13.10.22) (на статью «Главное здание МГУ: как выглядит внутри самая красивая высотка Москвы?»).*

Существительные «*красота*», «*величие*» и «*счастье*», прилагательные «*отличная*» и «*потрясающие*» обозначают положительную оценку в превосходной степени.

*Елена: Силтама великолезна! Мясо тает во рту! 👍 😊 (Delivery-club. 05.11.2022).*

Пользователь создает позитивный контекст через высокую оценку блюд в ресторане, используя прилагательное «*великолезна*», фразеологизм «*тает во рту*», характеризующий еду высокого качества приготовления.

*ART Художник: Улучшения, всегда хорошо!!!!;*

*Мои шаги к здоровью: Здорово, нужная функция 👍 (Дзен. Дата обращения: 12.10.22) (на статью «Новая функция в длинных видео! Теперь их можно разбивать на эпизоды и добавлять таймкоды»).*

Авторы комментариев одобряют улучшение сервиса Дзен через нейтральные и разговорные слова «*хорошо*» и «*здорово*» с положительной оценочностью.

*@amorfatib789: Большое спасибо, видео оказалось безумно полезным (YouTube. 01.04.2023) (на видео «Профильный ЕГЭ 2023. Математика. Задачи 1-11 первая часть»).*

В приведенном примере автор комментария одобряет качество видео, используя разговорное выражение «*безумно полезным*», где слово «*безумно*» употребляется в значении «*очень*».

*Татьяна Зеленкова: Так деликатно, и правильно объяснила, вот так надо работать, молодчина. 🙌 ❤️ 👍👍👍 (YouTube. 11.11.2022) (на видео «ТРЕНДЫ*

ОБУВИ СЕЗОНА ОСЕНЬ - ЗИМА 2022-2023 | ВЫБИРАЕМ МОДНУЮ ОБУВЬ | СОБИРАЕМ ГАРДЕРОБ»).







В приведенном примере автор комментария выражает восхищение блогером, реализует стратегии комплиментарности через речевые жанры комплимента и похвалы, используя наречия «*деликатно*», «*правильно*» и разговорное слово «*молодчина*».

*Юлия Трубицына: ЧУДЕСНО!!!!* (Дзен. Дата обращения: 27.03.23) (на видео «Боже, как вкусно. Такой вкусный что я готовлю их минимум 3 раза в неделю. Рецепт, которому меня научила моя бабушка.»).


В приведенном примере автор комментария выражает восхищение, адресуясь к фуд-блогеру, реализует стратегию комплиментарности через слово «*чудесно*».

*Руслан Парахин: БРАВО!!! СПАС ЖИЗНЬ!!! И НЕ ВАЖНО, ЧТО ЭТО ЖИВОТНОЕ. БРАВО!!!* (VK. 03.12.2022) (на новость «Мужчина бросился на помощь и вытащил пса на берег. Позже семья забрала собаку домой, накормила и отогрела ее.»).

В эмоционально-положительном комментарии дважды использовано слово «*браво*» в значении одобрения и восхищения действиями человека. «*Спаси жизнь*» – словосочетание, несущее также позитивный смысл.

*user-wq5is9nf3z: Класс*     (YouTube. 30.04.2023) (на видео «Ура!!! Песня вышла  слушайте на всех площадках »).

Автор комментария даёт высокую оценку новой песне певца через междометие «*класс*».

*Ольга: К сожалению, люди очень часто принимают доброту за слабость. Анастасия, добрая и сильная, не любят у нас таких.... Отличное интервью, огромное спасибо, Анастасия, лучик света в темном царстве*  (YouTube. 27.03.2022) (на видео «Анастасия Волочкова: Я бы хотела прожить роль жены настоящего мужчины»).

В приведенном примере автор комментария даёт высокую оценку героине интервью, реализует стратегии комплиментарности, этикетности и уважительности через речевые жанры комплимента, благодарности, используя прилагательные «*добрая*», «*сильная*», «*отличное*» с положительной оценкой и

модифицированное прецедентное выражение «*лучик света в темном царстве*» – посредством диминутива выражается нежное отношение к героине комментария.

*Иван Тарасов: Без слов.. снимаю шляпу! Ребята действительно молодцы!* (YouTube. 07.06.2022) (на видео «👍СПАЛЬНЯ на балконе!? 🤖Невероятно СТИЛЬНЫЙ и НЕДОРОГОЙ дизайн однокомнатной квартиры. Рум тур.»).

Восхищение и уважение к блогеру реализуется через использование фразеологизма «*снимаю шляпу*», который означает «весьма уважать», «относиться с почтением».

Среди слов и выражений, обозначающих положительную оценку, нужно отметить особый вид лексики – **возвышенную лексику**. Возвышенная лексика представляет собой «слова, которые помимо общей окраски книжности, имеют оттенок торжественности: *благо, величие, возвестить, внимать, чтить, вдохновенный, воспеть*» [Жеребило, 2010]. Возвышенная лексика употребляется в интернет-комментариях для реализации стратегий комплиментарности, уважительности и этикетности. Например,

*Таня Б.: Прошли столетия, а мы помним и чтим великого поэта, в этом его величие и слава. Поэтому он вечно живой в нашей памяти!* (YouTube. 20.04.2023) (на видео «Пушкин. Главная тайна поэта»).

Кроме вышеуказанных, слова и выражения, выражающие согласие и одобрение (*да, прав, верно, точно, в точку, соглашаться* и др.), также должны рассматриваться как языковые средства со значением положительной оценочности. Например,

*@user-oz3ld9ww5f: Все будет хорошо, Саня, не переживай. Ребят давайте поможем Сане, ведь он старается для нас, для природы. Таких людей не много и им нужно помогать и поддерживать* ❤️ 😊 *@user-vc4qt8wk4y: Да!!! Поможем!!!* (YouTube. 11.03.2023) (на видео «Мы никогда не видели столько блох! Спасение котенка. Котенок ищет дом! SANI vlog»).

*Елена Ш: Vladimir, Как раз, французские духи и туалетную воду можно было найти. Просто они были дороги, но мне как-то сразу стало понятно, что они выгодны, т.к. расход меньше и держатся дольше.* *Vladimir U.: Уважаемая Елена*



*Щ! Я тогда студентом был. На такие дорогие вещи не смотрел. Так что, возможно, **Вы правы**. А про французский парфюм я ниже в другом комментарии сказал. (Дзен. Дата обращения: 01.10.22) (на статью «История московского магазина, посетить который мечтала почти каждая советская женщина»).*

*Vadiem Centrov: @Pablo oFlutter Когда ставите манты в масло, надо их подвигать, я еще подержу в жире, низ мант становится плотнее, готовлю на топлен.масле, жире любом, низ поджарится, вкусно...Я себе 3 шт.больше не готовлю, иначе все съешь, что есть на сковороде... Pablo oFlutter: @Vadiem Centrov 🤔🤔🤔👍👍 вот **точно**, всё съедается, сколько б ни было. Спасибо за полезные подробности. Сейчас тоже увлеклась маслом ghi. (YouTube. 11.02.2022) (на видео «Идеальные Манты без Мантоварки и гаджетов! Халяль рецепт.»).*

*Сердар Омиров: Русский язык в разы красноречивее других языков поэтому и озвучка куда лучше Azamat Marat: **В точку!** (YouTube. 22.04.2021) (на видео «Топ10 АКТЁРОВ ДУБЛЯЖА!»).*

*Анатолий Дьяченко: Veta-z, некоторые решили, что, отказавшись от мяса, они дали мощный пинок индустрии убийства и боли, но, к сожалению, это далековато от истины. Veta-z: Анатолий Дьяченко, **абсолютно с вами согласна** (Дзен. Дата обращения: 02.10.22) (на видео «Соседка-грузинка научила меня готовить вкусную рыбу по-новому (отличное сочетание, а главное вкусно)»).*

В приведенных примерах авторы комментариев реализуют стратегии тактичности и деликатности через речевой жанр согласия, выражают уважение к взглядам других людей.

3. **Интенсификаторы**, выражающие высокую и максимальную оценки, а также выделение и акцентирование каких-то качеств и признаков [Туранский, 1990; Шейгал, 1981]. В роли интенсификаторов выступают слова различных частей речи: местоименные слова (*как, такой, так, какой, самый* и др.), наречия (*совершенно, абсолютно, очень, крайне, именно, безумно* и др.), частицы (*прямо, просто* и др.). Эти слова могут усиливать семантический признак, который указывает на положительные качества объекта.

*Любовь Макарова: красиво приготовлено. Ручки **такие** нежные. (Дзен. Дата обращения: 27.03.23) (на видео «Боже, как вкусно. Такой вкусный что я готовлю их минимум 3 раза в неделю. Рецепт, которому меня научила моя бабушка.»).*

Интенсификатор «*такие*» здесь используется для усиления эмоциональной окраски характеристики, выраженной прилагательным «*нежные*».

*@vencik: **Какой** положительный дядя, **прям** ДУШКА ахах, ЛУЧШИЙ! ПРОСТО* настроение поднимает и математике обучает! *БЕСЦЕННЫЙ УЧИТЕЛЬ. Положительный и не скучный! (YouTube. 01.04.2023) (на видео «Профильный ЕГЭ 2023. Математика. Задачи 1-11 первая часть»).*

Интенсификаторы «*какой*», «*прям*» и «*просто*» здесь используются для усиления эмоциональной окраски характеристики.

*@AndreyYevsyukov: Это нужно распространять. Огромная работа проделана. **Очень** редко в наше время **такое** качество увидишь. Ощущение, как на хорошую пьесу в театр ходил. Даже лучше. К хору восторгов присоединяюсь БРАВО! (YouTube. 01.04.2023) (на видео «Товарищ Хемингуэй: как в СССР перековали роман "По ком звонит колокол"?»).*

В приведенном примере автор комментария выражает восхищение качеством работы видеоблогера, реализует стратегию комплиментарности через речевые жанры комплимента и похвалы. Интенсификаторы «*очень*» и «*такой*» здесь усиливают семантический признак, который указывает на положительные качества, выраженные значительным количеством лексических средств с ярко положительной окраской и значением превосходной степени качества: «*огромная*», «*хорошую*», «*восторг*», междометие «*браво*».

*Александр Н.: Олег, Вы **абсолютно** правы. Великолепный комментарий. Еще дополню тем, что и язык основного этноса разошелся на северную и южную версию в период Хань бэй чао (Южных и Северных Династий, IV - VI века), когда этнос существовал в рамках разных государств, смешиваясь с местными этносами... (Дзен. Дата обращения: 18.10.22) (на статью «Почему китайский язык НИКОГДА не станет международным?»).*

Автор комментария одобряет мнение собеседника, используя интенсификатор «абсолютно» для усиления эмоциональной окраски характеристики.

*@Number\_4: Вы **просто** величайшие люди! **Как** хорошо что вы есть. Я думаю что все животные скажут вам спасибо! (YouTube. 11.03.2023) (на видео «Мы никогда не видели столько блох! Спасение котенка. Котенок ищет дом! SANI vlog»).*

Автор комментария выражает восхищение спасителями животным, реализует стратегию комплиментарности через речевой жанр комплимента. Интенсификаторы «просто» и «как» здесь используются для усиления эмоциональной окраски характеристики, выраженной словами «величайшие», «хорошо».

**4. Лексика, подтверждающая подлинность положительных качеств характеризуемого объекта:** *подлинный, истинный, настоящий, реальный, прямой и др.*, а также некоторые образные единицы: *с большой буквы* и др.

*Ekaterina Demina: Вы просто умница! я почитала еще публикации Вашего канала и окончательно пришла в восторг. Ура, ура, даже в ДЗЕНе нашлась **истинная** интеллигенция. И темы незаезженные и изложение блестящее. (Дзен. Дата обращения: 12.10.22) (на статью «Моя Москва: Сивцев Вражек»).*

Автор комментария реализует речевой жанр комплимента, используя слово «истинная» для подтверждения подлинности ума автора. Кроме того, видим слова, создающие положительную модальность: «умница», «восторг», «блестящее».

*Евгений Немцев: **Настоящий** артист! Перевела все в шутку и маленькую сценку) обожаю Хиблу (YouTube. 17.10.2022) (на видео «Хибла Герзмава отреагировала на звонок мобильного телефона в зале во время своего концерта: блеск!»).*

Слово «настоящий» использовано для подтверждения профессиональной компетентности артиста и сопровождается последующим восхищением и признанием в любви – глаголом «обожаю».

*Эдуард Осипов: Она **реально** шикарная женщина. (YouTube. 18.10.2022) (на видео «Шикарная Ирина Шейк стала звездой показа Versace #shorts»).*

Выражение «*реально шикарная*» является сниженно-разговорным, однако для «своего круга» подобная оценка несет значение высшей похвалы.

*LoveLoveLove: 🤝🤝🤝🤝🤝Шикарная, искренняя Настя ♡ Женщина с большой буквы 🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌 (YouTube. 27.03.2022) (на видео «Анастасия Волочкова: «Я бы хотела прожить роль жены настоящего мужчины»»).*

Фразеологизм «с большой буквы» подчеркивает уважение, почести автора комментария к героине видео за её поступки.

5. **Этикетные формулы** являются важными лексическими средствами для реализации коммуникативной стратегии этикетности. Количество этикетных формул «резко возрастает при введении в область речевого этикета неформальных (бытовых) коммуникативных ситуаций» [Шаронов, 2020, с. 420]. В интернет-коммуникации разные речевые жанры для реализации этикетности имеют закрепленные формулы, например, в частотном речевом жанре благодарности комментаторы употребляют нейтральные, стилистически повышенные и стилистически сниженные формулы: «*Спасибо огромное за что*», «*Сердечно благодарю*», «*Спасибоочки*» и др. Аналогичные примеры видим в других в речевых жанрах: например, в качестве приветствия комментаторы употребляют формулы как «*Доброе утро*», «*Добрый день*», «*Здравствуйте*», «*Привет*», «*Приветик*», «*Добрый вечер*» и т.п. Приведем примеры:

*Мухаббат Махмудова: Здравствуйте Светлана. Я не давно подписался на ваш канал мне очень понравились Вы большая молодец (YouTube. 20.10.2022) (на видео «Прекрасный вечер. Ещё бы детки не плакали. Тетя сказала, что в Индии нет дисциплины, поэтому так ГРЯЗНО»).*

*lilitbabajanyan4620: Добрый день! У меня такой вопрос, а вы занимаетесь подготовкой к экзаменам индивидуально? (YouTube. 01.04.2023) (на видео «Профильный ЕГЭ 2023. Математика. Задачи 1-11 первая часть»).*

В данных примерах авторы комментариев употребляют этикетные формулы для приветствия перед выражением просьбы.

В речевом жанре извинения употребляются формулы «*Извините*», «*Простите*», «*Прошу прощения*» и др. В речевом жанре соболезнования

употребляются формулы как «Соболезнования кому», «Царство небесное», «Покойтесь с миром», «Светлая память», «Вечная память», «R.I.P» и др. В речевых жанрах пожелания и поздравления употребляются формулы благожелания.

В русском языке одним из наиболее ярких показателей вежливости является обращение. Обращение играет важную роль в системе этикета, выбор обращения может отражать отношение адресанта к адресату. Подходящее обращение может служить средством реализации стратегии этикетности. Согласно речевому этикету русского языка, следующие варианты обращения можем считать вежливыми: уважаемый (-ая) + *господин / господа* / имя-отчество / занимаемая должность и др. Однако в интернет-комментариях из-за анонимности интернет-коммуникации, пользователи обычно употребляют уважаемый (-ая) / дорогой (-ая) + автор / никнейм и др. Если пользователь использует имя + отчество как никнейм, то обращаться к нему по его никнейму тоже может считаться вежливым. Рассмотрим примеры:

*ольга котова: Прекрасная статья! Браво, **Уважаемый Автор!** (Дзен. Дата обращения: 17.10.22) (на видео «Ставить такой спектакль - настоящее преступление. Смотрим вместе очередной "шедевр" Кончаловского мюзикл "Преступление и наказание"»).*

*@user-lybkk2mz9i: Бедные люди ! Соболезную вам и вместе с вами скорбим ! Самая большая ценность на земле, это человеческая жизнь. Крепитесь **уважаемые турецкие и сирийские народы**, мы очень за вас переживаем, так мир хрупок! (YouTube. 19.02.2023) (на видео «Землетрясение в Турции и Сирии: жертв уже почти 50 тысяч»).*

*Vladimir U.: **Уважаемая Елена Щ!** Я тогда студентом был. На такие дорогие вещи не смотрел. (Дзен. Дата обращения: 01.10.22) (на статью «История московского магазина, посетить который мечтала почти каждая советская женщина»).*

*Smile R.: **Дорогая Лера**, к сожалению так сложилось что у меня (24 года) нет друзей. Каждый раз смотря твои видео я перестаю ощущать это. Хочу просто **поблагодарить тебя за то что ты есть и ведешь этот канал!** ♡ты как*

*солнышко* 🌻 (YouTube. 17.10.2022) (на видео «ЭТИ СОВЕТЫ СДЕЛАЮТ ТЕБЯ КРАСИВОЙ И УВЕРЕННОЙ В СЕБЕ 🙌 Как полюбить себя?»).

*Любовь Климина: Аккуратные, чистенькие, нежные, ухоженные ручки - смотреть приятно! Спасибо за рецепт! Амира Готовит: Любовь Климина, Благодарю и вам дорогая 😊❤️ (Дзен. Дата обращения: 27.03.23) (на видео «Боже, как вкусно. Такой вкусный что я готовлю их минимум 3 раза в неделю. Рецепт, которому меня научила моя бабушка»).*

При этом отдельно употребленное в качестве обращения слово «уважаемый», как известно, в русском языке в силу исторических причин является проявлением неуважения, унижительного отношения или характеризует говорящего как человека с низкой культурой общения, это мы наблюдаем в стратегии антивежливости.

Следует отметить также, что в приведенных примерах частотны слова, относящиеся к категории состояния, среди которых вслед за С.М. Колесниковой выделяем: а) психическое или физическое состояние человека (*жаль, обидно, противно* и др.); б) оценку состояния или положения: относительно протяженности во времени и пространстве (*пора бы, рано еще*); в) психологическую и морально-этическую (*плохо, отвратительно, хорошо, позор, и т.п.*); г) значение необходимости, возможности, долженствования (*можно, нельзя, надо и пр.*) [Колесникова, 2017, с.18].

### 3.1.2. Морфологические средства

В русскоязычных интернет-комментариях комментаторы нередко сочетают лексические средства с морфологическими, которые играют важную роль в реализации стратегий вежливости.

1. **Наречия меры и степени качества** (*мало, немного, чуть-чуть*), **выделительно-ограничительные частицы** (*только, всего лишь, просто*), которые употребляются для ограничения негативной оценки, реализации стратегий деликатности и тактичности. Приведём примеры:

*Helen Judina: Хадиджа, спасибо вам большое за рецепт, ну очень вкусный пирог получился! Точно такой же как у вас на видео) Все в восторге 🙌 Только в следующий раз, сахара немного меньше положу (YouTube. 19.10.2022) (на видео «Вкуснейший ПИРОГ с БАНАНАМИ за 3 МИН на СКОВОРОДЕ 😊 ПРОСТОЙ РЕЦЕПТ»).*

В данном примере автор комментария реализует стратегию деликатности, использует слово «только» для ограничения негативной оценки, вежливо выдвигая своё предложение.

*Ольга Пронина: Очень веселое видео, посмеялась). Вы классная! Но действительно, немного кажется, что эти наблюдения больше из 2000х. Щас все уже так не делают. (YouTube. 19.10.2022) (на видео «ЧТО НЕЛЬЗЯ НОСИТЬ В АМЕРИКЕ ЕСЛИ НЕ ХОТИТЕ ПОЗОРА»).*

Слово «немного» используется для снижения уровня категоричности, так автор реализует стратегию деликатности.

*Диля: очень вкусно было но чуть-чуть холодная (Delivery-club. 21.10.2022).*

В данном примере автор комментария реализует стратегию деликатности, использует слово «чуть» для ограничения негативной оценки, смягчения и вежливого выражения критики.

*Well Tvín: Заготовки интересные, возьму на заметку. Единственный минус (не обижайтесь пожалуйста) я всегда снимаю кольца перед началом приготовления или уборки. А так подписка 🙌 (YouTube. 19.10.2022) (на видео «КАК ЗА 700р ЗАГОТОВИТЬ ЕДУ НА НЕДЕЛЮ? Полуфабрикаты Из 2-х Куриц!»).*

В данном примере автор комментария реализует стратегию деликатности, использует прилагательное «единственный» для корректного ограничения негативной оценки, чтобы не обидеть блогера, не поставить её в неловкое положение.

2. **Отрицательное местоимение** *никто*, которое употребляется для ухода от прямого называния, при реализации стратегий тактичности и иносказательности. Например,

Синица: @Леонид GRIFT **никто** **никого** не хуже, если **никто** не врет о том кем они являются. (YouTube. 21.02.2022) (на видео «Давай поженимся! Юрист из Краснодара»).

В данном примере автор комментария избегает прямого названия объекта критики через использование отрицательного местоимения «никто», реализует стратегию тактичности.

3. **Глаголы мнения и суждения** (*считать, думать, полагать, казаться* и т.д.), которые помогут снизить уровень категоричности негативной оценки путём акцентирования субъективности. Данные глаголы употребляются для реализации стратегий деликатности и тактичности. Например,

Елена Сюртукова: Мне нравится юбка и белье. **Мне кажется, что верх зеленого не совсем Маринин цвет.** (Дзен. Дата обращения: 26.04.23) (на видео «Образ для 54 размера»).

В приведенном примере автор комментария употребляет слово «кажется» для снижения уровня категоричности совета, акцентирования субъективности своего мнения, реализует стратегию тактичности.

4. **Сослагательное наклонение.** Использование глаголов в сослагательном наклонении придает высказыванию оттенок вежливости, некатегоричности, желательности, позволяет коммуникантам смягчить высказывание, создать альтернативную реальность, выразить гипотетическое желание, рекомендацию, вопрос или совет, тем самым реализовать стратегии деликатности и тактичности. Например,

Evgenia Kozarezova: **Очень хотелось бы** увидеть небольшой сборничек быстрых рецептов, которые можно исполнить из доступных в России продуктов 😊;

Инна Инна: Как интересно!!! **Хотелось бы** увидеть как это все вы готовите. Вот бы у нас в Россиюшке все это повторить по вашим рецептам. На днях начну с лаши 😊 (YouTube. 20.10.2022) (на видео «Что мы едим и СКОЛЬКО ТРАТИМ в день живя в Японии»).



В приведенных примерах авторы комментариев вежливо выдвигают свои предложения по содержанию будущего видео, адресуясь к блогеру, употребляя сослагательное наклонение для создания альтернативной реальности, реализуют стратегию тактичности.

5. **Повелительное наклонение глагола с использованием слова *пожалуйста*** являются важными средствами для реализации стратегии этикетности при выражении просьбы и предложения. Приведём примеры:

*Практическая психология: Верните функцию , чтобы можно было просматривать своих подписчиков пожалуйста* 🙏🙏🙏 (Дзен. Дата обращения: 12.10.22) (на статью «Новая функция в длинных видео! Теперь их можно разбивать на эпизоды и добавлять таймкоды»).

*annaavoid4563: Здравствуйте, подскажите пожалуйста, почему на 42:10 сократили на 3 только два числа из уравнения, а не всё?* (YouTube. 01.04.2023) (на видео «Профильный ЕГЭ 2023. Математика. Задачи 1-11 первая часть»).

6. **Формы превосходной степени прилагательных и наречий**, которые усиливают положительную семантику высказывания, интенсифицируют выражение основных семантических признаков. Формы превосходной степени обычно употребляются для реализации стратегий комплиментарности, уважительности.

*Larisa Rakhman: Прекраснейшее интервью! Великолепный интервьюер! Анастасия - великая балерина, огромная труженица. Слава Богу, что не сломалась, действительно, выворачивали ее как никого, пожалуйста! Желаю Насте всего самого-самого наилучшего во всех сферах жизни!* 🙏🙏🙏🙏🙏🙏🙏 (YouTube. 27.03.2022) (на видео «Анастасия Волочкова: Я бы хотела прожить роль жены настоящего мужчины»).

В данном примере автор комментария употребляет синтетическую форму суперлатива, образуемого от основы качественного прилагательного с положительной оценочной семантикой «прекрасный» при помощи суффикса-ейш-, реализует стратегию комплиментарности.

*hihiska: Планировка реально зачетная. Зоны расположены грамотно и логично - столовая возле кухни, спальня возле гостиной. Большой плюс за согласования. А самый большущий респект - за место для кошачьего лотка :) (YouTube. 19.10.2022) (на видео «👉ЛУЧШАЯ переделка ХРУЩЕВКИ! КРУТО Переделали БАБУШКИН ремонт! КУХНЯ 5 кв.м, рум тур. Дизайн»).*

В данном примере автор комментария употребляет аналитическую форму суперлатива, образуемого от прилагательного «большущий» при помощи вспомогательного слова «самый». Слово «большущий» уже означает «очень большой, огромный». При помощи формы превосходной степени автор интенсифицирует своё восхищение и уважение к блогеру, реализует стратегии комплиментарности и уважительности.

7. **Словообразовательные средства** могут использоваться для выражения субъективно оценочной семантики. В интернет-комментариях типичными словообразовательными средствами для реализации макростратегии вежливости являются следующие:

1) Суффиксы субъективной оценки, которые придают словам уменьшительно-ласкательный оттенок, передают положительные эмоции: - онк(а), -юшк(а); -ик/-ек; -чк; -оньк(а)/ -еньк(а) и др. Данные суффиксы используются для реализации стратегии приветливости.

*@tofiktifik4598: Привет девчонки, Того привет!!! Какая красота, природа очень красивая!!! Удачи Вам Девчонки 🤝пока-пока 🤝 (YouTube. 19.02.2023) (на видео «День из жизни в Японии ВЛОГ | Покоряем японские горы»).*

В приведенном примере автор комментария использует слово с суффиксом субъективной оценки - онк(а) (девчонки), показывая свое добродушное отношение к героиням видео, передавая позитивную эмоцию. Автор комментария реализует стратегию приветливости.

*user-np5fu2nb3e: Сашенька, солнышко! Не то, что порадовал, да еще и воодушевил(я о видео)! Ты такая умничка, такой уют создаешь вокруг себя. Непередаваемое тепло в душе и не сдерживаемая улыбка до ушей появляются,*

*наблюдая за твоим творчеством. Спасибо тебе! (YouTube. 12.03.2023) (на видео «Декор для дома своими руками: делаю гипсовые подносы впервые в жизни»).*

Автор использует лексемы с уменьшительно-ласкательным значением (*Сашенька, солнышко, умничка*). Слово «солнышко» имеет положительную эмоционально-экспрессивную окраску, благодаря нему автор выражает личное отношение к блогеру, положительно оценивает её видео. Автор комментария реализует стратегии комплиментарности и приветливости через речевые жанры комплимента и похвалы.

*Инна Инна: Как интересно!!! Хотелось бы увидеть как это все вы готовите. Вот бы у нас в **Россиюшке** все это повторить по вашим рецептам. На днях начну с лаши 🍷 (YouTube. 20.10.2022) (на видео «Что мы едим и СКОЛЬКО ТРАТИМ в день живя в Японии»).*

В приведенном примере автор комментария использует слово с суффиксом субъективной оценки -юшк(а) (*Россиюшке*), выражая нежное чувство. Автор комментария реализует стратегии комплиментарности и приветливости через речевые жанры похвалы.

*Марина Лазарева: Солнышко, сыночек!;*

*Светлана КУЛИГИНА: Какой же сладенький **пирожочек** 🍷🍷🍷🍷🍷🍷🍷🍷 (YouTube. 15.11.2022) (на видео «Когда кота не остановить. Смешные 🐱🐱 коты. Нежный кусь!»).*

В приведенных примерах авторы комментариев используют слова с суффиксами субъективной оценки -ек (*сыночек, пирожочек*), выражая нежное чувство к коту. Авторы комментариев реализуют стратегии комплиментарности и приветливости через речевой жанр комплимента.

2) Суффиксы *-ищ-, -ина*, образующие имена существительные мужского, женского и среднего рода с увеличительным значением, которые могут употребляться для усиления положительных качеств или особенностей объекта. Данные суффиксы обычно используются для реализации стратегий комплиментарности и выражения превосходности качеств комментируемого:

*тн: Вкуснотище какое, наверное. А за работу класс.;*

*галина захарова: Ах, какая **вкуснятина!!!** Сразу захотелось с бульенчиком на обед. Но у меня так ловко и красиво не получится. (Дзен. Дата обращения: 17.02.23) (на видео «Научила татарская бабушка. Теперь кто пробуют просят рецепт. Гениально просто»).*

Авторы комментариев употребляют лексемы с увеличительным значением (*вкуснотище, вкуснятина*) для усиления положительного оценочного значения, выражая восхищение фуд-блогером.

*Эльмира Халикова: Аня **солнышко** золотое . Ты достойна . **ТАЛАНТИЩЕ** (YouTube. 14.10.2022) (на видео «Неожиданно! Реакция Щербаковой на ЗОЛОТО Олимпиады. Каори Сакамото в Истерики. Пекин 2022»).*

В приведенном примере автор комментария использует лексему с увеличительным значением (*талантище*) для усиления положительного оценочного значения, выражая восхищение фигуристкой. Автор комментария реализует стратегию комплиментарности через речевой жанр комплимента.

*Леся Шумейко: на слюну изошла вся))))))красотища! ♥ (Дзен. Дата обращения: 27.03.23) (на видео «Боже, как вкусно. Такой вкусный что я готовлю их минимум 3 раза в неделю. Рецепт, которому меня научила моя бабушка.»).*

В приведенном примере автор комментария использует лексему с увеличительным значением (*красотища*) для усиления положительного оценочного значения, выражая восхищение фуд-блогером.

3) Приставки и части слов, такие как *супер-, экстра-, наи-, высоко-* и др., содержат семантику максимальной степени выражения признака. Например:

*Елена Тернова: Евочка, Вы как всегда подражание, **высококвалифицированные** ответы и как всегда с чувством юмора и достоинства. Не каждому врачу -это присуще. Спасибо огромное за ваши ролики-всегда смотрю их с упоением и восхищением, что есть такие ЛЮДИ. (YouTube. 03.11.2022) (на видео «Выпадение волос | Как избавиться от выпадения волос в домашних условиях | Профилактика седины»).*

Автор комментария использует слово с приставкой *высоко-* для выражения восхищения блогером, усиливая семантику положительной оценки.

*Кристина: Потрясающая еда, домашняя, наисвежайшая 😊 (Delivery. 21.10.2022).*

В приведенном примере автор комментария использует слова с приставкой *наи-*, усиливая семантику положительной оценки. Автор комментария выражает восхищение рестораном, реализует стратегию комплиментарности через речевой жанр похвалы.

### 3.1.3. Синтаксические средства

Синтаксические средства реализации стратегий вежливости в основном основываются на выборе типов предложений. Основными представляются следующие:

1. **Повествовательные предложения отождествления с именным сказуемым:** X есть Y, где Y – предикат – лексема с положительной оценкой. Например:

*@my\_name\_farit\_i\_love\_family: Саня ты ангел хранитель всех животных если бы не ты то злых людей было бы млрды и ты всех спас Бут ты добр и помощи в рай 🙌🙌🙌;*

*@katerinaalekseeva4148: Вы люди с БОЛЬШИМ И ДОБРЫМ сердцем, спасибо вам ребята 🙌🙌🙌 (YouTube. 11.03.2023) (на видео «Мы никогда не видели столько блох! Спасение котенка. Котенок ищет дом! SANI vlog»).*

В приведенных примерах авторы комментариев используют структуру X есть Y (*ты ангел хранитель, Вы люди с БОЛЬШИМ И ДОБРЫМ сердцем*), реализуется стратегия комплиментарности.

2. **Повествовательные предложения с глагольным сказуемым,** где лексическое значение сказуемого и его распространителей характеризуется наличием позитивной семантики. Рассмотрим примеры:

*Евгения Морозова: Василий, вы очень аппетитно все преподносите, а рассказываете рецепт, это что то!!! 🙌🙌🙌 🤍🤍 Вы молодец!!! 🙌 Обожжаю вашу*

кулинарию!!! 🍷👍 (YouTube. 15.03.2021) (на видео «Вот такими должны быть Осетинские пироги»).

*Nadika Dolls: Смотрю Ваши видео в декабре 2021 и восхищаюсь. Вы приятно, красиво рассказываете и герои в Ваших видео интересные. Благодарю за Ваш труд.* (YouTube. 31.10.2022) (на видео «Самый круглый дом Москвы»).

Авторы комментариев используют структуру с глагольными сказуемыми «преподносите», «рассказываете», где распространитель (*аппетитно, приятно, красиво*) характеризуется наличием позитивной семантики. Авторы реализуют стратегию комплиментарности через речевой жанр похвалы.

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. Приведем примеры:

*Татьяна Зеленкова: Так деликатно, и правильно объяснила, вот так надо работать, молодчина.* 🍷👍❤️👍👍👍 (YouTube. 11.11.2022) (на видео «Клеим ресницы из Фикс-прайс»).

*Lina Live: Такая классная и прикольная красивая!* ❤️;

*Сафие Якубова: Афигеть какая ты красивая!* (YouTube. 18.10.2022) (на видео «24 часа ЕМ только КОРЕЙСКУЮ ЕДУ 🍷»).

*Наталья Красикова: Как вкусноооо!!!! Подписочка и лайк в благодарность за рецепт.* (YouTube. 15.03.2021) (на видео «Вот такими должны быть Осетинские пироги»).

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

4. **Предикативные конструкции с императивом**, которые реализуются в побудительных, восклицательных предложениях с элементом *давайте X*. Например,

*Вит Тих: Супер серия. Как я люблю архитектуру... Давайте больше необычных домов.* (YouTube. 31.10.2022) (на видео «Самый круглый дом Москвы»).

В данном примере автор использует конструкцию побудительности («Давайте больше необычных домов»), выражает восхищение блогером, реализует стратегию комплиментарности.

*user-oz3ld9ww5f: Все будет хорошо, Саня, не переживай. Ребят давайте поможем Сане, ведь он старается для нас, для природы. Таких людей не много и им нужно помогать и поддерживать* ❤️ 😊 (YouTube. 11.03.2023) (на видео «Мы никогда не видели столько блох! Спасение котенка. Котенок ищет дом! SANI vlog»).

В данном примере автор использует конструкцию побудительности («давайте поможем Сане»), реализует стратегию приветливости, выражает сердечное отношение в сочетании с готовностью помочь, оказать услугу блогеру.

5. **Вопросительные предложения**, в состав которых могут входить модальные глаголы как *мочь*. Такие предложения употребляются для реализации стратегий деликатности, тактичности и этикетности.

*Medina Plasovn: Полезное видео* 👍 🌸 *Можете скинуть ссылку на косметичку вашу от Guess?* 😊 👍 😊 👍 😊 👍 😊 *очень понравилась!* 👍 👍 (YouTube. 17.10.2022) (на видео «ЭТИ СОВЕТЫ СДЕЛАЮТ ТЕБЯ КРАСИВОЙ И УВЕРЕННОЙ В СЕБЕ» 🐾 Как полюбить себя?»).

*Анастасия Старус: А можно узнать чем тонируете волосы, очень красивый цвет)* (YouTube. 05.11.2022) (на видео «САМОЕ ЛЮБИМОЕ ИЗ КОСМЕТИКИ И УХОДА | фавориты ❤️»).

В данных примерах авторы используют модальный глагол «*мочь*» для вежливого выражения просьбы, реализуют стратегию тактичности.

6. **Сложносочиненные предложения с сопоставительными союзами *но, однако***. Они помогут сочетать негативную и положительную оценки, чтобы реализовать стратегии деликатности и тактичности. Например,

*Just Human: Квартира отличная, **но** автору стоит нанять оператора либо научиться брать хорошие ракурсы и т.д.* (YouTube. 21.03.2022) (на видео «⚡ ВЫЖАЛ НОВЫЙ МАКСИМУМ из 25м2. СПАЛЬНЯ на БАЛКОНЕ. Дизайн интерьера МИКРО студии. Стильный Рум Тур»).

*Артём: Все было вкусно, **однако** расплавленный сыр пришлось отдирать от упаковки. Упаковка не продуманная.* (Delivery-club. 21.10.2022).

В данных примерах авторы сначала дают положительную оценку («Квартира отличная», «Все было вкусно»), потом вежливо указывают на недостатки и высказывают свое мнение, реализуют стратегию деликатности.

**7. Условные предложения**, которые помогут комментаторам деликатно дать собственные рекомендации, или выражать имплицитную негативную оценку через указание на способ исправления недостатка, реализовать стратегии деликатности, тактичности и иносказательности.

*Елена Иванова: Про Тулу тоже хочу спросить - когда вы там были? Я ещё не была, увы, хотя пол области с удовольствием объездила. Тула в планах и про неё читала немало восторженных отзывов, которые зачастую начинаются "город за последнее время очень изменился и похорошел". Кстати, **было бы корректно, если бы вы перед оценкой указывали год визита, это многое бы объясняло.*** (Дзен. Дата обращения: 20.10.22) (на статью «Побывал во всех 85 регионах России. Делюсь впечатлениями о каждом из них»).

В данном примере автор реализует стратегию деликатности, используя условное предложение («было бы корректно, если бы вы...»), вежливо выдвигая свое предложение.

**8. Слово-предложение**, состоящее из одного слова или устойчивого сочетания, поможет комментаторам выражать положительные эмоции, реализовать стратегии приветливости и комплиментарности. Например,

*КАТЯПАМ: **Нравитсяяяя**;* (YouTube. 05.11.2022) (на видео «Корейский маникюр | дизайн»).



*Юлия Трубицына: ЧУДЕСНО!!!! (Дзен. Дата обращения: 27.03.23) (на видео «Боже, как вкусно. Такой вкусный что я готовлю их минимум 3 раза в неделю. Рецепт, которому меня научила моя бабушка.»).*

В первом примере автор реализует стратегию комплиментарности, выражая любовь и восхищение дизайном блогера. Во втором, автор комментария реализует стратегию комплиментарности, выражая восхищение фуд-блогером.

9. **Вводные слова:** *наверное, возможно, вероятно, кажется, казалось бы, видимо, по-видимому, пожалуй, вроде бы, может быть* и др., – которые выражают состояние неуверенности об отрицательных качествах объекта, чтобы снизить категоричность высказывания, реализовать стратегии деликатности и тактичности. Например,

*Ольга Пронина: Очень веселое видео, посмеялась). Вы классная! Но действительно, **немного кажется**, что эти наблюдения больше из 2000х. Щас все уже так не делают. (YouTube. 19.10.2022) (на видео «ЧТО НЕЛЬЗЯ НОСИТЬ В АМЕРИКЕ ЕСЛИ НЕ ХОТИТЕ ПОЗОРА»).*

В приведенном примере автор комментария применяет стратегию комплиментарности и деликатности, употребляя вводное слово «*немного кажется*» для снижения уровня категоричности своего высказывания, чтобы не обидеть блогера.

10. **Синтаксический параллелизм**, который усиливает экспрессивность и эмоциональность (положительные эмоции) высказывания, поможет реализовать стратегию комплиментарности.

*Елена N: такая семья милая, такая девушка красивая, муж такой хороший, видно добрый, девочки милахи (YouTube. 20.10.2022) (на видео «Прекрасный вечер. Ещё бы детки не плакали. Тетя сказала, что в Индии нет дисциплины, поэтому так ГРЯЗНО»).*

В приведенном примере автор комментария применяет стратегию комплиментарности через речевой жанр комплимента, употребляя синтаксический параллелизм («*такая..., такая..., такой...*») для выражения восхищения семьей блогера и усиления экспрессивности.

**11. Парцелляция** – это способ «речевого членения единой синтаксической структуры, т.е. предложения, при котором она воплощается не в одной, а в нескольких интонационно смысловых, речевых единицах, т.е. фразах» [Ванников, 2009, с. 5]. Парцелляция используется с целью усиления эмоционального смысла своего высказывания. Комментаторы часто употребляют парцелляцию для выражения положительных эмоций, реализации стратегий приветливости и комплиментарности. Приведем пример:

*Евгений Немцев: Настоящий артист. Перевела все в шутку. И маленькую сценку. Обожаю Хиблу (YouTube. 17.10.2022) (на видео «Хибла Герзмава отреагировала на звонок мобильного телефона в зале во время своего концерта: блеск!»).*

В приведенном примере автор комментария применяет стратегию комплиментарности через речевые жанры комплимента и похвалы, употребляя парцелляцию, раздробляя предложение «*артист перевела все...*» на отдельные части. Каждая из предложения несёт свою определённую положительную эмоцию.

### 3.1.4. Стилистические средства

Стилистические средства позволяют адресанту эффективно выражать положительные эмоции, акцентировать информации о положительном отношении к адресату и предмету речи, подчеркивать позитивные качества адресата, повышать силу положительного воздействия на адресата. Наиболее типичные стилистические средства для реализации стратегий вежливости – это тропы и фигуры речи, в том числе сравнение, метафора, эпитет, олицетворение, гипербола, повтор, многосоюзие и др. Комментаторы обычно используют эти тропы и фигуры речи для реализации стратегий комплиментарности и тактичности, повышают образность и экспрессивность текстов своих комментариев. Рассмотрим примеры:

*MC strike: Анита выглядишь как богиня (ОК. 13.10.2022) (на пост «Друзья, сегодня был непростой день. И я решила пока отложить премьеру новой песни. Дату релиза сообщу позже. Спасибо за понимание. Люблю вас!») (сравнение).*


В приведенном примере автор комментария применяет стратегию комплиментарности через речевой жанр комплимента, сравнивая блогера с богиней с помощью сравнительных союзов «как».

*Катерина Балабанченко: **Камила - звездочка, сокровище, бриллиант!!!** Её действительно надо беречь и быть ей бесконечно благодарной!.. Её поступок сродни подвигу!.. это надо признать!!! (YouTube. 14.10.2022) (на видео «Неожиданно! Реакция Щербаковой на ЗОЛОТО Олимпиады. Каори Сакамото в Истерики. Пекин 2022»)* (**метафора**).


Метафора – это употребление слов и выражений в переносном смысле, основанное на какой-либо аналогии, сходстве, сравнении. В приведенном примере автор комментария применяет стратегию комплиментарности через речевой жанр комплимента, сравнивая фигуристку с звездочкой, сокровищем, бриллиантом.

*Любовь Климина: **Аккуратные, чистенькие, нежные, ухоженные ручки - смотреть приятно! Спасибо за рецепт!** (Дзен. Дата обращения: 27.03.23) (на видео «Боже, как вкусно. Такой вкусный что я готовлю их минимум 3 раза в неделю. Рецепт, которому меня научила моя бабушка.»)* (**эпитет**).

Эпитет позволяет добавлять выразительность стоящим рядом словам. В приведенном примере прилагательные «аккуратные», «чистенькие», «нежные», «ухоженные», обладающие положительным оттенком, выступают как эпитет, употребляются для реализации стратегии комплиментарности.

*Рус Бояр: **Собака думает:** человек за мной ухаживает, человек меня кормит, заботится обо мне. Наверное, он бог. **Кот думает:** человек за мной ухаживает, человек меня кормит, заботится обо мне. Наверное, я бог. (YouTube. 17.10.2022) (на видео «Кошка охраняет ребеночка »)* (**олицетворение**).

Олицетворение заключается в том, что неодушевленным предметам приписываются свойства одушевленных. В приведенном примере собаке и коту приписывается свойство человека – способность думать, что создает юмористический эффект.

*Tatjana: **Поставила бы вам 1000000 лайков!**  Вы замечательная, Ваши видео очень заряжают позитивом и энергией. Спасибо Вам! (YouTube. 17.10.2022)*

(на видео «ЭТИ СОВЕТЫ СДЕЛАЮТ ТЕБЯ КРАСИВОЙ И УВЕРЕННОЙ В СЕБЕ 🙋🏻 Как полюбить себя?») (**гипербола**).

Гипербола – это чрезмерное преувеличение тех или иных свойств изображаемого предмета или явления. В приведенном примере автор комментария преувеличивает количество лайков, которое она может поставить, чтобы реализовать стратегию приветливости и комплиментарности, усиливая эффективность и выразительность.

*Л. Т.: СУПЕР..СУПЕР...СУПЕР.* (YouTube. 20.10.2022) (на видео «Мальчик Повторил Танец 🕺🎵 Tuzelity New Shuffle Dance 🤩🌟») (**повтор**).

Повтор заключается в намеренном повторении в обозримом участке текста одного и того же слова либо речевой конструкции. В приведенном примере автор комментария повторяет слово «*супер*», чтобы реализовать стратегию комплиментарности, выражая восхищение блогером, усиливая эффективность.

*Людмила Маринич: Супер, все прекрасно и голос и исполнение и фигурка загляденье. Знали не знали какая разница, подарила несколько приятных минут.* (Дзен. Дата обращения: 30.04.23) (на видео «Наталья Подольская: «Мне 40 лет, я из города Могилева. Последние 18 лет я замужем за этим красавчиком». Наталья поет хит Бейонсе в «Голосе»!») (**многосоюзие**).

Многосоюзие – это преднамеренное, избыточное увеличение количества союзов, создающее впечатление возвышенности стиля. В приведенном примере автор комментария увеличивает количество союза «*и*», реализуя стратегию комплиментарности через речевой жанр похвалы.

Ещё нужно отметить одно особое стилистическое средство в интернет-комментариях – трансформация прецедентных текстов или «переделанные» фразеологизмы как прием **языковой игры**. Рассмотрим примеры:

*Инесса А.: Доброта спасёт мир! Мужчина молодец, добрая душа!* (Дзен. Дата обращения: 12.04.23) (на видео «Мужчина помог коале перейти оживлённую дорогу»).

В данном примере комментатор переделает прецедентный текст «красота спасёт мир», реализует стратегии комплиментарности и уважительности.

### 3.1.5. Фонетические средства

К фонетическим средствам реализации стратегий вежливости относятся интонация, ударение и тоны. Несмотря на то, что эти «фонетические средства возможно выявить обычно в звучащей речи, при анализе интернет-комментариев можно обратить внимание на интонационные характеристики» [Ван Юе, 2022, с. 61]. По интонационным признакам выделяются восклицательные высказывания для реализации стратегий приветливости, комплиментарности и вопросительные высказывания для реализации стратегий деликатности, тактичности и этикетности. Кроме того, возможно также и реализовать стратегии приветливости и комплиментарности через звукоподражание и имитацию в письменном тексте разговорно-фонетических средств.

1. **Звукоподражание** – это выражение звука посредством устной или письменной речи с целью представления или имитации какого-либо объекта, животного или явления реальности. Использование звукоподражания в интернет-комментариях позволяет сократить дистанции между автором комментария и тем, к кому он обращен, продемонстрировать другим пользователям показательно дружеское отношение между общающимися, создать легкую коммуникативную атмосферу.

*САБРИНА ГОТОВИТ: Вааау 😊 😊 👍 👍 (Дзен. Дата обращения: 27.03.23) (на видео «Боже, как вкусно. Такой вкусный что я готовлю их минимум 3 раза в неделю. Рецепт, которому меня научила моя бабушка.»).*

*@valentina0704: Была в Китае в таком ресторане, с морепродуктами, ммм шикардос 😊 (YouTube. 08.11.2022) (на видео «Сукияки или хотпот в Таиланде. Что готовят и как едят. А вы пробовали так...»).*

В данных примерах звукоподражательное слово «Вау» используется для выражения восхищения, «mmm» – удовольствия от вкусной еды.

2. **Имитация в письменном тексте разговорно-фонетических средств**, что позволяет усилить эффективность и выразительность высказывания, реализовать стратегии приветливости и комплиментарности. Рассмотрим примеры:

*LiveFree: Сууунер! Объёмный маникюр - это очень круто!* (YouTube. 05.11.2022) (на видео «Корейский маникюр | дизайн»).

*ELENA S.: О-о-о-о-о очень понравилось ВСЁ!! Я - совсем немолодая дама с удовольствием бы сделала себе такой ремонт. Очень приятно, что с уважением к прошлому сохранены памятные вещи! Буду пересматривать еще и ещё, попробую использовать для своей квартиры. В восторге от дизайнера и дизайна* 🙌 (YouTube. 19.10.2022) (на видео «🙌ЛУЧШАЯ переделка ХРУЩЕВКИ! КРУТО Переделали БАБУШКИН ремонт! КУХНЯ 5 кв.м, рум тур. Дизайн»).

*Алёна Фетисова: Ааааа!!!! Вы чудо! Я думаю, где к взять реалистичные ресницы кукле!!!!* (YouTube. 11.11.2022) (на видео «Клеим ресницы из Фикс-прайс»).

### 3.1.6. Паралингвистические средства

Выражение положительной эмоции и вежливости в интернет-комментариях не только ограничивается лингвистическими средствами, мультимедийность интернет-комментариев позволяет интернет-пользователям сочетать лингвистические и паралингвистические средства для реализации стратегий вежливости, выражения разных положительных эмоций. Паралингвистические средства – это «средства, употребляемые в письменном языке, как восклицательные знаки, многоточие, комбинации восклицательных и вопросительных знаков, рисунки, чертежи, графики, графическая сегментация текста и его расположение на бумаге, шрифтовой и красочные наборы, необычное написание и т.д.» [Николаева, 1966, с. 15]. К паралингвистическим средствам, используемым в интернет-коммуникации, относятся ещё варьирование шрифта, использование круглой скобки, изображений, интернет-мемов, эмодзи (эмотиконы, смайлы, стикеры) и др. Паралингвистические средства сопровождают речь,

дополняя положительную эмоциональную сторону коммуникации при реализации стратегий вежливости. Приведём примеры с использованием паралингвистических средств в интернет-комментариях:

*Ирина Наумова: Потрясающая, чудесная, талантливая до бесконечности, лёгкая и много много ещё... много раз БРАВО!!! 🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌*  
(YouTube. 17.10.2022) (на видео «Хибла Герзмава отреагировала на звонок мобильного телефона в зале во время своего концерта: блеск!»).

Вера Александровна:



(VK. 13.04.2023) (на пост «Незабываемая "Dangerous affairs" ❤️🔁»).

В приведенных примерах авторы комментариев используют смайлик и мем для реализации стратегии комплиментарности.

Основные виды использования паралингвистических средств в русскоязычных интернет-комментариях для реализации стратегий вежливости включают следующие:

1. **Многократное дублирование** восклицательного знаков, закрывающей круглой скобки, одной и той же буквы, эмодзи, количество которых прямо пропорционально усиливает интенсивность выражаемой положительной эмоции.

*Ромашка: Какие вы все потрясающие!!!) И позитивные)))*  
😊😊😊☀️☀️☀️❤️ (YouTube. 20.10.2022) (на видео «Прекрасный вечер.Ещё бы детки не плакали.Тетя сказала,что в Индии нет дисциплины, поэтому так ГРЯЗНО»).

*Larisa Vasilieva: Bravo OOO!!!;*

*Лилия Лилия: Клаааасс;*

*NICE 🤩: Ваууу!!* (YouTube. 17.10.2022) (на видео «Танцуй с нами 🕺»).

В данных примерах комментаторы реализуют стратегии комплиментарности и приветливости, многократное дублирование усиливает выразительность высказываний.

2. **Выделение заглавными буквами** слов и фраз также является частотным средством для привлечения внимания, подчеркивания положительных эмоций, реализации стратегии комплиментарности. Рассмотрим примеры:

*Эльмира Халикова: Аня солнышко золотое . Ты достойна . ТАЛАНТИЩЕ* (YouTube. 14.10.2022) (на видео «Неожиданно! Реакция Щербаковой на ЗОЛОТО Олимпиады. Каори Сакамото в Истерики. Пекин 2022»).

*АЛЛА: ТАКАЯ МИЛАЯ И ЖИЗНЕРАДОСТНАЯ. А ЗНАЧИТ ПРОСТАЯ И ДОБРАЯ.* 🙌 😊 😊 😊 😊 (YouTube. 17.10.2022) (на видео «Хибла Герзмава отреагировала на звонок мобильного телефона в зале во время своего концерта: блеск!»).

В данных примерах комментаторы реализуют стратегии комплиментарности и приветливости.

3. Использование **многоточия** для избегания неблагоприятных для адресата информации, как упрек, критика, осуждение, несогласие, неодобрение, тем самым смягчения негативного воздействия на адресата, проявления себя как человека неагрессивного, вежливого. В интернет-комментариях данное использование позволяет пользователям реализовать стратегии тактичности и деликатности. Приведем примеры:

*tennist90: Все интересно,но я бы там не выжил)столько рыбы и овощей...* (YouTube. 20.10.2022) (на видео «Что мы едим и СКОЛЬКО ТРАТИМ в день живя в Японии»).

*Ольга: Всё супер. Но кофе...что это там плавало - не понятно. Кокосовая стружка явно не такая огромная...* (Delivery-club. 21.10.2022).

*марта павлова: Талантливого??? Ну-ну... (Дзен. Дата обращения: 02.04.23)* (на видео «Почему эта девушка выглядит так необычно? 😊 »).

4. **Брать в кавычки иносказательную информацию**, намекая на обратный смысл.



*Елена Саидова: а по русски можно наусать, половина непонятно вообще о чём речь((( безсвязная рекламная статейка с кучей "умных" слов, которые обычным читателям не ясны( Дзен. Дата обращения: 16.10.22) (на статью «Меня уже было не остановить, я требовала переселения. Отзыв туриста о Турции»).*

В приведенном примере автор комментария поставляет слово «умных» в кавычки, намекая на обратный смысл данного слова. Комментатор избегает прямой критики, реализует стратегию иносказательности.

*Светлана Копейна-Самсонова: асе-alex, Вы молодцы,! Ну почему такая серьёзная реакция на несерьёзный комментарий? Это я не только про Вас ☹️. Вот что хотите делайте, но не поверю (живу давно) что парень с такой внешнеостью и профессией модели "совершенно случайно" оказался на шоу. Угу, переводчиком. (Дзен. Дата обращения: 30.09.22) (на статью «Парня из России держат на китайском шоу — ситуация вышла из-под контроля»).*

В приведенном примере автор комментария поставляет «совершенно случайно» в кавычки, намекая на то, что она не верит в новость, реализует стратегию иносказательности.

### **3.2. Лингвистические средства и способы вербализации антивежливости в русскоязычных интернет-комментариях**

Следует отметить, что языковые средства антивежливости представляют в большинстве своем негативную лексику, включающую примеры крайне оскорбительного характера вплоть до табуированной, обценной, отталкивающе-непристойной. Однако поскольку в нашем исследовании анализируется интернет-комментарий, мы понимаем, что некоторые примеры будут выходить за рамки литературной нормы. Мы приводим лишь небольшую часть, позволяющую дать классификацию используемых авторами интернет-комментариев языковых возможностей проявления антивежливости.

### 3.2.1. Лексические средства

#### 1. Гробианизмы.

Типичным лексическим средством для реализации стратегий грубости, хамства, дисфемизации, неуважительности, унижения, непристойности и троллинга в интернет-комментариях является гробианизм. По мнению В.И. Жельвиса, термин «гробианизм» (от нем. *grob* – «грубый»), предложенный В.Д. Девкиным, шире, чем «инвектива». Так как в термин «инвектива» заложено понятие гневного выступления против кого-нибудь, а гробианизм подразумевает все грубые слова, в какой бы функции они ни употреблялись. Поэтому можно объединить все разновидности выражения человеческой неприязни и агрессии под «гробианизм»: брань и ругань, сквернословие, непристойные слова, обценные слова, обзывания, поношение, табуированную лексику, ненормативную лексику, мат и др. [Жельвис, 2008]. В ходе исследования фактического материала нами выявлены многообразные гробианизмы, используемые для реализации стратегий антивежливости, особенно стратегии грубости. В результате их систематизации были получены следующие семантико-тематические группы гробианизмов:

1) Гробианизмы общего характера, манифестирующиеся в основном в экспрессивных эпитетах (*уродливый, дурацкий, тошнотворный, жесткий, грубой, пошлый, противный, омерзительный и др.*). Например,

*Сергей Семенов: Какая уродливая обувь. Везет производителям, что 90% женщин не понимает что красиво, а что уродливо.... (YouTube. 19.10.2022) (на видео «ТРЕНДЫ ОБУВИ СЕЗОНА ОСЕНЬ - ЗИМА 2022-2023 | ВЫБИРАЕМ МОДНУЮ ОБУВЬ | СОБИРАЕМ ГАРДЕРОБ»).*

*galka-0247: В конкурсе дурацких названий это - первое место 🏆. Фантазия называльщиков превзошла сама себя 😊. Это даже круче чем "Муж просит каждый день" 😊 (Дзен. Дата обращения: 19.10.22) (на видео «ВОТ ПОЧЕМУ ЯПОНЦЫ КРАСИВЫЕ 🤩 СЕКРЕТ РАСКРЫТ НЕ ГОВОРИТЕ ЧТО ЭТО НЕ ПОЛЕЗНО! РЕЦЕПТ ПОДСЛУШАЛА В ЯПОНИИ»).*

*Тамара Умецкая: Пожалуйста! Ни слова об этой тошнотворной паре!!!!* (Дзен. Дата обращения: 04.11.22) (на видео «Пугачева и Галкин могут забыть о роскошной жизни»).

*Natagasa Надежда Черепанова: Какая нежная, эротичная, притягательная Мэрилин и какая жесткая, грубая, пошлая Ким. Простите, обожатели второй.* (YouTube. 07.05.2022) (на видео «ТРЕШ 🤩 на MET GALA 2022: ПОПА КАРДАШЬЯН против платья МЭРИЛИН МОНРО// ВПИХНУТЬ НЕВПИХУЕМОЕ? ЛЕГКО!!!»).

*Еленочка Санникова-Альсенова: Противный муж, противный голос! Супруга работает..... вот и свари сам суп ..... Не ной "мужик"??!!!!??* (Дзен. Дата обращения: 18.02.23) (на видео «Колбасная диета 🤩 #топ #семья #животные #рекомендации #жизнь #собаки #жиза #декрет #вкусно #еда»).

*Россиянка: Омерзительное зрелище !!! Не позорьте Россию ! Уберите её с экранов.* (YouTube. 01.06.2022) (на видео «Королева Красоты Крым 2022 | Интернет обсуждает внешность Ольги Рыжули»).


2) Гробианизмы, называющие человека по гендерному признаку (чувак, баба, бабёха и др.):


*Василий Обломов: Егор, но если книгу не покупали, значит книга гамно. Если купили много гамна, это разве хорошо? Макс Соколов ответил Василию: Василий, чувак, мстители тоже говно, но просто у них маркейтинг лучше. Смекаешь?* (VK. 17.02.2023) (на новость «Книга 74-летнего канадского пенсионера Ллойда Ричардса возглавила список бестселлеров на Amazon благодаря тиктоку его дочери.»).

*юлия титова: Это что за бабы такие, жрут всё подряд и то что самое дорогое? Как свиньи!* (Дзен. Дата обращения: 14.10.22) (на статью «С какой девушкой я никогда в жизни не пойду на второе свидание»).


*denis5: Туповатая бабеха.* (Дзен. Дата обращения: 18.02.23) (на видео «СРОЧНО! во сколько смотришь?»).

3) Гробианизмы, оскорбляющие умственные качества человека (*дурища, дура, дурь, дурочка, дурында, идиот(ка), придурок, дебил(ка), даун, тупица, чурбан и др.*):

*ольга RUM: Дурища; Луба Луба: Дура великовозрастная!; Нина Корякина: Какая дурь ,ещё бы в стрингах разгуливала по продуктовому магазину.Где охрана магазина ?* (Дзен. Дата обращения: 21.03.23) (на видео «Inst : Belitskay »).

*Тина Хафуз: Еще одна дурочка* (Дзен. Дата обращения: 19.02.23) (на видео «I tried... #wednesday Inst: kikakim »).

*Наталья Глазкова: дурында* (Дзен. Дата обращения: 16.10.22) (на видео «Ким Кардашьян подобрала, мягко говоря, не самое удобное платье для вечеринки после ее совместного показа с Dolce&Gabbana»).


*Lidia Gorjacheva: родители -полные придурки* (Дзен. Дата обращения: 18.02.23) (на видео «Колбасная диета  #топ #семья #животные #рекомендации #жизнь #собаки #жиза #декрет #вкусно #еда»).

*Евгений Балинов: Даже по рожке видно - дебилка!; Валентина Бунина: ИДИОТКА...ей место в психушке.; Николай Николаев: Даун руководит миром?* (VK. 18.02.2023) (на новость «Грета Тунберг призвала эоактивистов «действовать нестандартно», чтобы добиться своих целей.»).

*елена леонова: Кулинарная тупица. Еще и других учит.* (Дзен. Дата обращения: 17.10.22) (на видео «Я научила всех своих друзей готовить изумительно вкусную рыбу на сковороде.»).

*snegovik101: чурбан* (Пикабу. Дата обращения: 28.04.23) (на видео «Пора на шашлыки!»).

4) Гробианизмы, оскорбляющие внешность человека (*чудовище, бегемот, уродина, раскоряка, жиртрест, чувырла и др.*).

*Елена И.: Вот...чудовище...; Руслан Гильманов: Крокодилы бегемоты...; Ирина БухЭксперт Сахалин: Уродина, пожалеет конечно, но к сожалению уже поздно...* (Дзен. Дата обращения: 02.04.23) (на видео «Почему эта девушка выглядит так необычно? »).

*ZM: Толстожопый раскоряк* 🤪 (Дзен. Дата обращения: 19.02.23) (на видео «Чарующая красота. Симпатичных девушек много, но истинно красивых, как эта, совсем чуть-чуть»).

*Парацетамол Аспиринов:* 😏 *Жиртрест* Смотреть противно. С таким количеством денег, можно заняться собой. На это способен настоящий воин. *Илюн это обычный Ботан* (YouTube. 23.10.2022) (на видео «Маск во всей красе»).

*Фёкла Фаберже: чувырла противная* (Дзен. Дата обращения: 15.10.22) (на видео «Кристина Асмус задрала юбку и исполнила странный танец за кулисами»).

5) Гробианизмы, оскорбляющие манеру одеваться:

*ПЕЛЬМЕНЬ* 🍝: Фу *тряпки* одела на себя как горничная (Likee. Дата обращения: 02.11.22) (на видео «#МоеПервоеСентября»).

*Мария Алексеева: Чё за юбка идиотская* (VK. 02.11.2022) (на видео «Каждая русская девушка после отдыха в Дубай: беременная»).

*Gal TabA8: Из всего показанного, ничего приемлемого,уродство какое то!!!* (YouTube. 19.10.2022) (на видео «ТРЕНДЫ ОБУВИ СЕЗОНА ОСЕНЬ - ЗИМА 2022-2023 | ВЫБИРАЕМ МОДНУЮ ОБУВЬ | СОБИРАЕМ ГАРДЕРОБ»).

б) Гробианизмы общескорбительного характера (*хамка, хабалка, сумасшедший, шалава, гадина, мразота, подстилка, грязь, сукин сын и др.*). Рассмотрим примеры:

*Lidija Uljanova: Хамка, хабалка.* (YouTube. 04.11.2022) (на видео «5 минут назад / плохо кончила/ Пугачеву арестовали в израильском особняке»).

*Нина Морина: Почему нам показывают сумасшедших?* (Дзен. Дата обращения: 02.04.23) (на новость «Почему эта девушка выглядит так необычно? 😏»).

*Людмила Дружинина: Не зря муж бросил. Шалава.* (Дзен. Дата обращения: 15.10.22) (на видео «Кристина Асмус задрала юбку и исполнила странный танец за кулисами»).

*Наталья Орлова: Гадина* (YouTube. 04.11.2022) (на видео «5 минут назад / плохо кончила/ Пугачеву арестовали в израильском особняке»).

*Денис Александров: **мразоты** (VK. 12.03.2023) (на новость «Полина (известный кондитер ака жена Лимбы) всё утро грустила, что муж не подарил ей цветы на 8 марта И через пару часов муж ей подарил машину, ценой в несколько миллионов»).*

*Олег Васильевич: **Подстилка** (VK. 02.11.2022) (на видео «Каждая русская девушка после отдыха в Дубай: беременная»).*

*Мария: зачем показывают эту **грязь**, для отупления народа? (Дзен. Дата обращения: 15.10.22) (на видео «Гоген Солнцев откровенно рассказал об операции, которую недавно перенес, и прокомментировал слухи о смене пола. Подробности на Starhit.ru»).*

*Ольга Храмова: "**Сукин сын**" хозяин( простите мой "французский") . Собаки тоже "люди"!!! (Дзен. Дата обращения: 14.10.22) (на видео «Оставляем собак одних дома с едой и смотрим на их реакцию 😊»).*

7) Гробианизмы о высказываниях других людей (*бред, ерунда, фигня, хрень, туфта, ахинея, чушь и др.*):

*Ирина Барисова: Такой **бред**, даже читать противно!!! (Дзен. Дата обращения: 14.10.22) (на видео «МУЖ НАУЧИЛ! И ТОРТА НЕ НАДО! ЗА КОПЕЙКИ в ДВА РАЗА КРУЧЕ И ВКУСНЕЕ чем ОБЫЧНЫЕ ПИРОГИ! ВСЕ ВОСТОРГЕ»).*

*Наталья: Полная **ерунда**. (Дзен. Дата обращения: 14.10.22) (на статью «Лишь по 4 признакам одежды можно понять, что женщина одинока»).*

*Светлана Светлова: Какая **фигня**... зачем к такой рыбе всё эти дополнительные продукты???? (Дзен. Дата обращения: 17.10.22) (на видео «Я научила всех своих друзей готовить изумительно вкусную рыбу на сковороде.»).*

*Gala: Что за **хрень** пишете? Франсию убили же. Или вы Селену хотите обвинить в этом? (Дзен. Дата обращения: 07.11.22) (на статью «Селена Гомес и ее подруга - две почки на двоих и конец дружбы»).*

*Константин Гаврилов: **Туфта** (Дзен. Дата обращения: 16.10.22) (на статью «Меня уже было не остановить, я требовала переселения. Отзыв туриста о Турции»).*

*hiwe4ka: @mypersonalia* какую **ахиною** ты несёшь, ты хоть посмотри на дома про которые говоришь, почитай что такое чердачное помещение и не строй из себя историка-архитектора. Какую же **чушь** ты несёшь. (YouTube. 31.10.2022) (на видео «Самый круглый дом Москвы»).

## 2. Лексические средства, обозначающие отрицательные эмоции.

В данный раздел можно отнести существительные (*дизлайк, кошмар, ужас, жуть и др.*), глаголы (*надоест, тошнить и др.*), прилагательные (*противный, омерзительный, отвратительный и др.*), наречия (*противно, ужасно и др.*), междометия (*фу, бррр, тьфу и др.*) и слова и выражения, которые употребляются комментаторами для реализации стратегий бестактности, презрительности и т.д. Рассмотрим примеры:

*Татуся: Это кошмар кошмаров! Фильм ужасов. Жуть. Проект не для слабонервных* (Дзен. Дата обращения: 02.04.23) (на видео «Почему эта девушка выглядит так необычно? 😊»).

*Владимир Юматов: Фу ‘какая противная и омерзительная псина!* (Дзен. Дата обращения: 02.04.23) (на видео «Почему эта девушка выглядит так необычно? 😊»).

*яна титова: "Какая отвратительная рожка"* (с) (Дзен. Дата обращения: 15.10.22) (на видео «Кристина Асмус задрала юбку и исполнила странный танец за кулисами»).

*Ка Дорн: Надоела распутная старперша, убрать её со всех каналов* (YouTube. 05.11.2022) (на видео «Алла Пугачева Сделала Важное Заявление #shorts»).

*наира арутюнян: Мне уже надоели эти выпуски кто на ком женат кто просто спит с кем то* ((YouTube. 19.04.2021) (на видео «Гайные половинки звезд. 10 самых»).

*наталья сербина: Хватит о них смотреть противно и слушать.* (Дзен. Дата обращения: 04.11.22) (на видео «Пугачева и Галкин могут забыть о роскошной жизни»).

*Nike Rise: Кто делал этот маникюр? Выглядят как тесто на ногтях. Ужасно* (YouTube. 07.05.2022) (на видео «Таких нервов мне ЭТО далось 🤔»).

*Бурёнка: Что ж у вас за чайник-то такой? На пару вёдер, не меньше! Дизлайк* (Дзен. Дата обращения: 17.02.23) (на видео «Пирог"Десятиминутка"пеку пока чайник закипает, вкусное и нежное,делюсь рецептом»).

*Ольга Авдеева: А можно заголовок хоть ОДИН РАЗ без „бабушка ннаучила " .написать? А ,скажем , просто готовлю татарское национаьное боюдо.....???* Уже **тошнит** от этих ваших бабушек !!! (Дзен. Дата обращения: 17.02.23) (на видео «Научила татарская бабушка. Теперь кто пробуют просят рецепт. Гениально просто»).

Языковые единицы *брр*, *тьфу*, *фу* во многих лингвистических работах рассматриваются как первичные междометия, так как они передают различные эмоциональные состояния человека [Шаронов, 2009]. В интернет-комментариях данные междометия позволяют интернет-комментаторам выразить негативные эмоции.

*@lessie8802: Так хотелось узнать про жизнь Вероники, её взгляды и мнения. Потому что она реально интересный человек со сложной, между прочем, личной историей. А в этом интервью Собчак просто пыталась её засадить и очернить. Не люблю Собчак. Фу.* (YouTube. 01.04.2023) (на видео «ВЕРОНИКА СТЕПАНОВА: об эмиграции из России, кликбейте, Дуде и Гудкове и ненависти к чужому успеху»).

Междометие *фу* выражает неудовольствие.

*Ирина: Насколько мило на одной и насколько неприлично на другой. Бррр.* (YouTube. 07.05.2022) (на видео «ТРЕШ 🙄на MET GALA 2022: ПОПА КАРДАШЬЯН против платья МЭРИЛИН МОНРО// ВПИХНУТЬ НЕВПИХУЕМОЕ? ЛЕГКО!!!»).

Междометие *бррр* выражает презрение, отвращение.

*Evgenia Evgenia: Зачем этим мусором засорять интернет? Сто лет бы я не видела эту мерзость!!!! Так ведь ещё и выставляют в навязчивые гифки. Тьфу, дрянь!!!!* 🙄🙄🙄 (Дзен. Дата обращения: 02.04.23) (на видео «Почему эта девушка выглядит так необычно? 😊»).



Междометие *тьфу* употребляется для выражения презрительного отношения, раздражения и негодования комментатора к героине видео.

### 3. Интенсификаторы.

Интенсификаторы – слова, помогающие выражать высокую и максимальную отрицательную оценки, усиливать семантический признак, который указывает на какие-то отрицательные качества и признаки объекта. В роли интенсификаторов выступают слова различных частей речи: местоименные слова (*такой, самый, полный* и др.), наречия (*совершенно, абсолютно, очень, крайне, именно* и др.), частицы (*прямо, просто* и др.).

*Ирина Барисова: Такой бред, даже читать противно!!!* (Дзен. Дата обращения: 14.10.22) (на видео «МУЖ НАУЧИЛ! И ТОРТА НЕ НАДО! ЗА КОПЕЙКИ в ДВА РАЗА КРУЧЕ И ВКУСНЕЕ чем ОБЫЧНЫЕ ПИРОГИ! ВСЕ ВОСТОРГЕ»).

*Михаил: Этот дядя просто дурак* (Дзен. Дата обращения: 14.10.22) (на видео «Оставляем собак одних дома с едой и смотрим на их реакцию 😊»).

*Николай Илаев: Абсолютно не жалко, так вам и надо, нечесть отмечать все в ад, безбожники.* (YouTube. 30.10.2022) (на видео «Более 150 человек погибли в давке на Хэллоуин в Сеуле»).

*Роман Воронцов: Русские бабы очень дастунные.* (VK. 02.11.2022) (на видео «Каждая русская девушка после отдыха в Дубай: беременная»).

### 4. Эрративы – умышленное нарушение норм литературного языка.

*Рыжкова Ирина: Ужос ужос во вех случаях* (Дзен. Дата обращения: 15.05.23) (на видео «На ком сидит лучше? Пишите в комментариях!»).

*Надежда Н.: Браво афтор! Глупее ролика и придумать нельзя.....* (Дзен. Дата обращения: 18.02.23) (на видео «Колбасная диета 😊»).

Эрратив заключается в умышленном искажении слова для достижения определенного эффекта. В приведенных примерах авторы комментариев умышленно используют слова с орфографической ошибкой («ужос», «афтор»),

передают иронию и пренебрежение, выражают неуважительное отношение к блогерам, реализуют стратегии неуважительности, бестактности.

### **5. Окказионализмы.**

Интернет является «самым свободолобивым и демократичным каналом общения», зоной «повышенной эмоциональной насыщенности», которая «стимулирует языковую личность реализовывать себя различными способами». Как языковая личность, интернет-комментатор является «играющим, экспериментирующим, креативным» [Карпова, 2008, с. 197]. Они нередко создают окказионализмы для выражения своего отрицательного отношения.

*Серж Ушаков: А этот гофнохудожник не хочет нарисовать портрет мужчины, которого баба облила бензином и заживо сожгла? Или бедолагу которого жёнушка напоила и вытолкнула зимой на улицу, чтоб он замёрз? Бабы у нас очень доху страдалицы и стрелочка исключительно в одни ворота указывает. (VK. 14.02.2023) (на новость «Бэнкси показал новую работу — она посвящена домашнему насилию.»).*

В данном примере автор комментария сам создаёт слово «гофнохудожник» для выражения своего отрицательного отношения к художнику, реализуя стратегии грубости, презрительности и унижения.

### **3.2.2. Морфологические средства**

**1. Повелительное наклонение глагола,** которое употребляется для предъявления грубого требования, реализации стратегий грубости и хамства.

*Сергея: мне интересно, и за какие права они борются? У бабы сейчас прав в 10 раз больше чем мужика и ноль обязанностей.*

*Ирина Савина: Сергей, 1)нам выплачивают зарплату на 29% меньше чем вам 2)Сексуализация нашего тела(личные права) 3)Насилия~сделать закон еще*

*Сергея: Ирина, сиди дома, обмотайся фуфайкой и не будет ни какой сексуализации тела. (Дзен. Дата обращения: 13.04.23) (на видео «В чем проблемы феминизма: почему движение вызвало негативную реакцию»).*

В приведенном примере автор комментария использует формы единственного числа второго лица повелительного наклонения глаголов («сиди», «обмотайся»), выдвигая грубое требование к собеседнику. Автор комментария реализует стратегии грубости и неуважительности.

*Олег Горбатов: Пусть отваяют от россии* (Дзен. Дата обращения: 04.11.22) (на видео «Пугачева и Галкин могут забыть о роскошной жизни»).

В приведенном примере автор комментария выдвигает грубое требование к Пугачевой и Галкину, используя повелительное наклонение для третьего лица. Автор комментария реализует стратегию грубости.

**2. Формы превосходной степени прилагательных и наречий**, которые усиливают отрицательную семантику высказывания, интенсифицируют выражение основных семантических признаков.

*A\_aaaaa Aaaaaa: Тупейшее существо* (Дзен. Дата обращения: 18.02.23) (на видео «СРОЧНО! во сколько смотришь?»).

*Екатерина Филина: Это конечно полнейший кошмар* (YouTube. 07.05.2022) (на видео «ТРЕШ на MET GALA 2022: ПОПА КАРДАШЬЯН против платья МЭРИЛИН МОНРО// ВПИХНУТЬ НЕВПИХУЕМОЕ? ЛЕГКО!!!»).

В приведенных примерах авторы комментариев используют формы превосходной степени прилагательных (*тупейшее, полнейший*) для усиления отрицательных значений данных слов. Авторы комментариев реализуют стратегии грубости, унижения.

**3. Словообразовательные средства**, которые могут придавать высказыванию отрицательный оттенок как оттенок пренебрежительности, ироничности, сатиричности и т.д., реализовать стратегии грубости, презрительности и др.

1) Суффикс *-ищ-, -ина*, образующий имена существительные мужского, женского и среднего рода с увеличительным значением, которые могут употребляться для усиления отрицательных качеств или особенностей объекта. Рассмотрим примеры:

*Людмила Богаченкова: В смысле каждая!? Там пёрнуть нельзя. Говнище какое то снимаешь, шалашовка* (VK. 02.11.2022) (на видео «Каждая русская девушка после отдыха в Дубай: беременная»).

В приведенном примере автор комментария использует слово с суффиксом *-ищ-* (*говнище*), оскорбляя героиню. Автор комментария реализует стратегию унижения.

*Александр Баринов: Уродина!* (Дзен. Дата обращения: 02.04.23) (на новость «Почему эта девушка выглядит так необычно? 😊»).

В приведенном примере автор комментария использует слово с суффиксом *-ина* (*уродина*), оскорбляя героиню. Автор комментария реализует стратегию унижения.

2) Суффиксы, выражающие отрицательную оценку, наделяющие сообщение оттенками ироничности, презрения, пейоративности: *-иха*, *-ятин(а)*, *-аст(а)*, *-як(а)*, *-ишк(а/у)*.

*Ирина К: Магазин М., ты такая же бегемотиха?* (Дзен. Дата обращения: 28.04.23) (на видео «Летнее платье уже актуально? 😊🌻»).

В приведенном примере автор комментария использует слово с суффиксом *-иха* (*бегемотиха*), оскорбляя героиню видео, высмеивая её фигуру, реализуя стратегии унижения и насмешки.

*Prue Halliwell: Такие комменты дебилные как и сами людишки. Девчонка суперская ♥* (Дзен. Дата обращения: 21.03.23) (на видео «Inst: Belitskay 🧡»).

В данном примере автор комментария использует слово с суффиксом *-ишк* (*людишки*), которое обладает уничижительным и пренебрежительным значением. Автор унижает других комментаторов, реализуя стратегии унижения и презрительности.

### 3.2.3. Синтаксические средства

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. Приведем примеры:

*Лесная: Зачем **такие тупые** заголовки? Тут тебе и муж, и соседка, и бабушка, и торт, и пирог. Ну и пиши булочка сдобная.* (Дзен. Дата обращения: 14.10.22) (на видео «МУЖ НАУЧИЛ! И ТОРТА НЕ НАДО! ЗА КОПЕЙКИ в ДВА РАЗА КРУЧЕ И ВКУСНЕЕ чем ОБЫЧНЫЕ ПИРОГИ! ВСЕ ВОСТОРГЕ»).


*Татия: **Какие глупости**, полно замужних именно таких.* (Дзен. Дата обращения: 14.10.22) (на статью «Лишь по 4 признакам одежды можно понять, что женщина одинока»).

В приведенных примерах авторы комментариев используют конструкции *такой X, какой X* («*такие тупые заголовки*», «*какие глупости*»), чтобы выразить недовольство и пренебрежение к заголовку видео и содержанию статьи авторов, реализуют стратегии грубости.

**2. Вопросительно-риторическое предложение**, которое не требует ответа и употребляется как средство выразительности для реализации маркостратегии антивежливости. Рассмотрим примеры:


*Полина Зилова: Кто эти люди? Какие звёзды? **Кому они нужны?***  (YouTube. 12.10.2021) (на видео «Что скрывает отдых звезд? Документальный фильм МУЗ-ТВ»).

В приведенном примере автор комментария использует вопросительно-риторическое предложение «*Кому они нужны?*», которое на самом деле означает «некто не интересуется этими людьми». Автор комментария реализует стратегию безучастности.

*Татьяна Угрич: **А что так быстро? Медленнее нельзя?***  (Дзен. Дата обращения: 29.09.22) (на видео «Просто положите яйцо в помидор и вы будете в восторге! Рецепт завтрака»).

В приведенном примере автор комментария использует вопросительно-риторическое предложение «*А что так быстро?*», «*Медленнее нельзя?*» для того, чтобы иронизировать продолжительность видео. Автор комментария реализует стратегию насмешки.

3. **Вопросительное восклицательное предложение**, которое употребляется для выражения сильной отрицательной эмоции. Например,

*Mar Kiza: Как бездарная силиконовая баба, у которой нет ни вкуса, ни достоинства может хотя бы **сравнивать себя с легендой Голливуда?! (YouTube. 07.05.2022)*** (на видео «ТРЕШ  на MET GALA 2022: ПОПА КАРДАШЬЯН против платья МЭРИЛИН МОНРО// **ВПИХНУТЬ НЕВПИХУЕМОЕ? ЛЕГКО!!!**»).

В приведенном примере автор комментария использует вопросительное восклицательное предложение «*Как бездарная силиконовая баба ... может хотя бы сравнивать себя с легендой Голливуда?!*» для того, чтобы выразить пренебрежение к Кардашьяну. Автор комментария реализует стратегию презрительности.

4. **Синтаксический параллелизм**, который усиливает экспрессивность и выразительность отрицательных эмоций высказывания.

*Жена Деда Мороза: Капец, **одинаковые названия, одинаковые рецепты, одинаковые заголовки.** Вы клонируете что-ли??? Не всё бабло ещё в Дзене захапали? (Дзен. Дата обращения: 27.03.23)* (на видео «Боже, как вкусно. Такой вкусный что я готовлю их минимум 3 раза в неделю. Рецепт, которому меня научила моя бабушка.»).

В приведенном примере автор комментария использует синтаксический параллелизм для выражения своего недовольства, усиливая экспрессивность высказывания. Автор комментария реализует стратегию бестактности.

### 3.2.4. Стилистические средства

**Тропы и фигуры речи** (сравнение, метафора, повтор, эпитет, гиперболы, антитеза, каламбур, многосоюзие и др.) помогут акцентировать информации о негативных состояниях и отрицательном отношении адресанта к адресату и предмету речи, подчеркивать негативные качества адресата, выражать негативные эмоции адресанта, создать негативную экспрессивность.

1) Некорректные **сравнения** человека с животными, с предметами материального мира, с фольклорными персонажами и др. Рассмотрим примеры:

*юлия титова: Это что за бабы такие, жрут всё подряд и то что самое дорогое? Как свиньи!* (Дзен. Дата обращения: 14.10.22) (на статью «С какой девушкой я никогда в жизни не пойду на второе свидание»).

В приведенном примере автор комментария применяет стратегию грубости через речевой жанр оскорбления, сравнивая героинь статьи с свиней с помощью сравнительных союзов «как».

2) **Метафора**, особенно зоосемантическая метафора («овца», «корова», «коза», «лошадка», «телка», «тупая овца», «обезьяна», «свинья», «рыба», «черепаша» и др.). Употребление зоосемантической метафоры позволяет комментаторам повысить эмоциональное воздействие на адресата, реализовать стратегии грубости, дисфемизации, унижения, насмешки. Рассмотрим примеры:

*Роман Емельянов: какие овцы за таких как он, прилучный и прочих идут замуж? думают что он будет с ними другим? Поделом* (VK. 12.03.2023) (на новость «Жена Гуфа смогла вернуться в Москву вместе с дочкой»).

*Вовочка: Корова, сними свой клип!* (Дзен. Дата обращения: 21.03.23) (на видео «Вот и наступил конец рабочей недели 🦆»).

*Татьяна П.: Коза ты драная!! На полусогнутых ходишь, почти вприсядку!* 🤔 (Дзен. Дата обращения: 27.03.23) (на видео «Ксения Бородина осадила всех, кто насмехается над ее походкой. "Я классно хожу на каблуках. Ваше мнение мне не интересно", - заявила телеведущая»).

*@user-lj4kt8jy7x: Вероника молодец!!! Порвала Собчачку , как тузик грелку!!! Вначале лошадка пыталась тяфкать, но Вероника указала ей на ее место!!!* (YouTube. 01.04.2023) (на видео «ВЕРОНИКА СТЕПАНОВА: об эмиграции из России, кликбейте, Дуде и Гудкове и ненависти к чужому успеху»).

*Мир Ямиров: НЕ САМАЯ КРАСИВАЯ ОБЫЧНАЯ ТЁЛКА* (YouTube. 12.10.2022) (на видео «Трагичная жизнь Беллы Хадид | Пластические операции, неизлечимая болезнь, травля в семье»).

*ВладисЛАв: Заберите эту обезьяну в армию!!! В первом же бою поймёт, для чего у него задница!...* (Дзен. Дата обращения: 15.10.22) (на видео «Гоген Солнцев откровенно рассказал об операции, которую недавно перенес, и прокомментировал слухи о смене пола. Подробности на Starhit.ru»).

*Ирик: Свинья, просто, эта Гомес.. а жертвовать так можно только ради своих детей, тогда и неважно, благодарны они тебе будут или нет.* (Woman.ru. Дата обращения: 07.11.22) (на новость «Селена Гомес перестала общаться с подругой, которая отдала ей свою почку»).

*ЗОЖ, СПОРТ, МОТИВАЦИЯ ☺: Это рыба похожа на некоторых девушек в наши дни.* (Дзен. Дата обращения: 02.04.23) (на новость «Почему эта девушка выглядит так необычно? ☺»).

*Светлана К.: Черепаха на кухне.* (Дзен. Дата обращения: 29.09.22) (на видео «Просто положите яйцо в помидор и вы будете в восторге! Рецепт завтрака»).

*Марина Бубнова: Старая ведьма. Не боится бумеранга. Чужие жизни забежала. Вот она и рванула со своим выводом в Израиль.* (YouTube. 04.11.2022) (на видео «5 минут назад / плохо кончила/ Пугачеву арестовали в израильском особняке»).

*Наталья Шадрина: Монстр!!!* (Дзен. Дата обращения: 02.04.23) (на новость «Почему эта девушка выглядит так необычно? ☺»).

### 3) Повтор.

*Ноо тап: С таким баблом и не может себя привести в порядок. Фу-фу-фу.* (YouTube. 23.10.2022) (на видео «Маск во всей красе»).

В приведенном примере автор комментария повторяет междометие «Фу», чтобы акцентировать свое негативное отношение, реализовать стратегии презрительности и насмешки, высмеивая фигуру и цвет кожи Илона Маска.

### 4) Эпитет.

*Тамара Умецкая: Пожалуйста! Ни слова об этой тошнотворной паре!!!!* (Дзен. Дата обращения: 04.11.22) (на видео «Пугачева и Галкин могут забыть о роскошной жизни»).



*Владимир Юматов: Фу 'какая **противная и омерзительная** псина ! (Дзен. Дата обращения: 02.04.23) (на новость «Почему эта девушка выглядит так необычно? 😊»).*

В приведенном примере прилагательные «тошнотворной», «противная», «омерзительная», обладающие отрицательным оттенком, выступают как эпитет, употребляются для реализации стратегии унижения.

### 5) Гипербола

*ROMAN GT Driver: Посмотрел на это и теперь у меня **травма психическая**. Теперь неделю нарушения сна будут. 😞 😞 😞 (YouTube. 01.06.2022) (на видео «Королева Красоты Крым 2022 | Интернет обсуждает внешность Ольги Рыжули»).*

В приведенном примере автор комментария преувеличивает факт, чтобы реализовать стратегии грубости, неуважительности.

### 6) Антитеза.

*Natarasa Надежда Черепанова: **Какая нежная, эротичная, притягательная Мэрилин и какая жесткая, грубая, пошлая Ким**. Простите, обожатели второй.;*

*Ирина: **Насколько мило на одной и насколько неприлично на другой**. Бррр. (YouTube. 07.05.2022) (на видео «ТРЕШ 🍑 на MET GALA 2022: ПОПА КАРДАШЬЯН против платья МЭРИЛИН МОНРО// ВПИХНУТЬ НЕВПИХУЕМОЕ? ЛЕГКО!!!»).*

Антитеза строится на резком противопоставлении слов, образов, мыслей. В приведенных примерах авторы комментариев противопоставляют Кардашьяна Мэрилину, чтобы выразить отрицательное отношение к Кардашьяну.

7) **Многосоюзие**, т.е. намеренное увеличение количества союзов в предложении, обычно для связи однородных членов. Многосоюзие подчёркивает роль каждого из слов, усиливая выразительность отрицательной оценки. Например,

*Nataliy Z.: **Страшная баба какая - ни вкуса, ни образования, ни культуры, ни воспитания нет**. (Дзен. Дата обращения: 29.04.23) (на видео «Аршавин воссоединился с Барановской. Дочери футболиста и телеведущей исполнилось 15*

лет. Свой день рождения Яна захотела отпраздновать в ресторане в компании самых близких людей.»).

В приведенном примере автор комментария увеличивает количество союза «ни», усиливая выразительность отрицательной оценки.

### 3.2.5. Фонетические средства

Кроме восклицательных и вопросительных высказываний, к фонетическим средствам реализации стратегий антивежливости относятся ещё использование звукоподражания, имитация в письменном тексте разговорно-фонетических средств для выражения отрицательных эмоций.

#### 1. Звукоподражание.

*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»!*  
**Пффф.** *Привлекаем внимание к себе не супер крутыми песнями, а якобы болячками.*  
(Дзен. Дата обращения: 08.11.22) (на новость «За несколько часов до концерта МакСим отменила его — певице стало плохо»).

Звукоподражание *Пффф* употребляется для обозначения неверия или скептицизма.

*Елена Банташ: Соболезнования народам Турции и Сирии. Антон Мишуткин: Елена, ахахахаахаххах* (VK. 19.02.2023) (на новость «Землетрясение в Турции и Сирии»).

В интернете *ахахах* в написанном виде воспринимается как описание смешной ситуации, но иногда используется для усиления негативного сообщения или оскорбления. В данном примере автор использует звукоподражание, ориентируясь на разговорную речь («ахахахаахахха»), чтобы реализовать стратегии бестактности и неуважительности.

*Людмила Алферова: А-а-а-а как всё долго нудно муторно, даже на перемотке. Да и рецепт совершенно не понравился* (Дзен. Дата обращения: 11.03.23) (на видео

«Часто покупаю слоенное тесто: готовлю так, что никто не может отказаться, проверено годами. Хоть каждому по целой приготовь, все съедят»).

В данном примере автор использует звукоподражание, ориентируясь на разговорную речь («А-а-а-а»), чтобы усилить выразительность отрицательной оценки.

## 2. Имитация в письменном тексте разговорно-фонетических средств.

*Татьяна Селибовская: Чисто эстетически! Фигура КК-это просто ууууужас! Низкий зад на коротких ножках,....* 🙄 Ой ну мерзко писать не хочу 🦋 🦋  
(YouTube. 07.05.2022) (на видео «ТРЕШ 🤪 на MET GALA 2022: ПОПА КАРДАШЬЯН против платья МЭРИЛИН МОНРО// ВПИХНУТЬ НЕВПИХУЕМОЕ? ЛЕГКО!!!»).

В данном примере имитация разговорно-фонетических средств (ууууужас) позволяет усилить выразительность отрицательной оценки, реализовать стратегию унижения.

### 3.2.6. Паралингвистические средства

Интернет-комментаторы также нередко используют паралингвистические средства для выражения отрицательной эмоции, реализации антивежливой коммуникации. Обычно паралингвистические средства используются для реализации стратегий грубости, насмешки, непристойности, унижения и др.

#### 1. Эвфемизмы графического уровня

В русскоязычных интернет-комментариях нередко встречаются эвфемизмы графического уровня, образуемые обычно заменой букв в середине или конце слова на «.», «-», «\*», «@», «0» и некоторые другие специальные символы. Например, *Василий Акимов: Хорошо, что мы больше не участвуем в этом д..ьме* (VK. 03.04.2022); *Александр Думов 🤪: Рубли,с.ки захотели. Короче, был долг и хоба,...нет долга.* (VK. 05.04.2022); *Николай Гизидинов: Шлю-ха* (VK. 05.12.2021); *Кирилл Соловых 🦋: Как такое г0вн0 набирает даже 50 лайков?!* (VK. 10.04.2022); Образование данного вида эвфемизмов не является творческим, преобразующим

процессом, и не вуалирует смысла негативного элемента должным образом, не нивелирует отрицательной коннотации подразумеваемого слова [Сюй Минюань, 2019, с.24]. Они выполняют функцию только внешней уступки этическим нормам и административным правилам, их экспрессия практически не нивелируется: в интернет-комментариях они обычно используются для уклонения от интернет-цензуры, и для того, чтобы комментарии не были удалены. Такие интернет-комментарии могут считаться антивежливыми.

**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 усиливает интенсивность выражаемой отрицательной эмоции. Рассмотрим примеры:

*Нина Беломорская: Гусь — за мат кусь!*



(VK. 09.10.2021) (на пост «Андрей Гопкало выполняет очень важную для ЗК функцию. Он провоцирует споры. И правильно делает, потому что сами по себе все эти ежедневные стенания, нелепые заявления "вот такой ("вот так") у нас..." и риторические вопросы "куда смотрит доблестная..." — не интересны никому, кроме авторов.»).

*Арсен Елканов:*



(Дзен. Дата обращения: 02.04.23) (на видео «Почему эта девушка выглядит так необычно? 😊»).

*Любовь Т.: Больше не о чем писать? В стране полно таких гулящих и обо все писать?! (Дзен. Дата обращения: 15.10.22) (на статью «Рита Дакота прокомментировала слухи о беременности»).*

*Анжелика Шахян: Это ужас!!!! Натянуть Легенды, Звёзды платье на свое непонятное тело!!!!!!!!!! Собою унижать Мерилин, ее наряды!!!! Зад накачала, всё сделанная !!! Тебе огого до Мерилин!!!!!!!!!! Позорище!!!! Мое мнение!!!!!!!!!! (YouTube. 07.05.2022) (на видео «ТРЕШ 🙄на MET GALA 2022: ПОПА КАРДАШЬЯН против платья МЭРИЛИН МОНРО// ВПИХНУТЬ НЕВПИХУЕМОЕ? ЛЕГКО!!!»).*

*Канстант Свет 2000;): ахахахаха ну и фигура у ниво :)));*

*Ирина Таранюк: Лицо как восковая посмертная маска у Маска 🙄🙄🙄 (YouTube. 23.10.2022) (на видео «Маск во всей красе»).*

Нужно отметить, что использование закрывающей круглой скобки не только может выражать положительные эмоции как восторг, но и может выражать насмешку. В данном примере автор реализует стратегию насмешки, высмеивая фигуру Илона Маска.

3. **Выделение заглавными буквами** слов и фраз для подчеркивания отрицательных эмоций.

*user user: СРАМОТА И ДЕШЁВКА КИМ (YouTube. 07.05.2022) (на видео «ТРЕШ 🙄на MET GALA 2022: ПОПА КАРДАШЬЯН против платья МЭРИЛИН МОНРО// ВПИХНУТЬ НЕВПИХУЕМОЕ? ЛЕГКО!!!»).*

*Z.V.: ТУПИЗНА НА МОЗГ НАТЯНИ КУРИЦА (Дзен. Дата обращения: 18.02.23) (на видео «СРОЧНО! во сколько смотришь?»).*

Излишнее выражение отрицательных эмоций с помощью использования заглавных букв является проявлением дурного тона. В приведенных примерах слова с отрицательной семантикой намеренно выделены с помощью заглавной буквы (*срамота, дешёвка, тупизна*), что позволяет комментаторам реализовать стратегии грубости, дисфемизации и унижения.

## Выводы по третьей главе

В данной главе на практических материалах проанализированы средства реализации стратегий вежливости и антивежливости в русскоязычных интернет-комментариях. Стратегии вежливости и антивежливости находят выражение в вербальных средствах русского языка разных уровней: 1) лексических; 2) морфологических; 3) синтаксических; 4) стилистических; 5) фонетических. Ещё существуют паралингвистические средства для реализации стратегий вежливости и антивежливости в силу характеристик интернет-коммуникации. В ходе анализа мы пришли к следующим выводам:

### 1. Лексические средства.

Способы вербализации вежливости и антивежливости в русскоязычных интернет-комментариях в основном сосредоточены на лексическом уровне. Лексические средства для реализации стратегий вежливости в русскоязычных комментариях включают следующие: 1) лексика, обозначающая положительные эмоции; 2) лексика и выражения, обозначающие положительную оценку; 3) интенсификаторы, выражающие высокую и максимальную оценки, а также выделение и акцентирование каких-то качеств и признаков; 4) лексика, подтверждающая подлинность положительных качеств характеризуемого объекта; 5) этикетные формулы.

Лексические средства для реализации стратегий антивежливости в русскоязычных комментариях включают следующие: 1) гробианизм; 2) лексические средства, обозначающие отрицательные эмоции; 3) интенсификаторы, помогающие выразить высокую и максимальную отрицательную оценки, усиливать семантический признак, который указывает на какие-то отрицательные качества и признаки объекта; 4) эрративы; 5) окказионализм.

### 2. Морфологические средства.

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; 2) отрицательное местоимение *никто*, которое употребляется для ухода от прямого называния; 3) глаголы мнения и суждения, которые помогут снизить категоричность негативной оценки путём акцентирования субъективности; 4) сослагательное наклонение; 5) повелительное наклонение глагола с использованием слова *пожалуйста*; 6) формы превосходной степени прилагательных и наречий, которые усиливают положительную семантику высказывания, интенсифицируют выражение основных семантических признаков; 7) словообразовательные средства (суффиксы субъективной оценки, которые придают словам уменьшительно-ласкательный оттенок; суффиксы с увеличительным значением, которые могут употребляться для усиления положительных качеств или особенностей объекта; приставки и части слов, содержащие семантику максимальной степени выражения признака).

Морфологические средства для реализации стратегий антивежливости в русскоязычных комментариях включают следующие: 1) повелительное наклонение глагола, которое употребляется для предъявления грубого требования; 2) формы превосходной степени прилагательных и наречий, которые усиливают отрицательную семантику высказывания, интенсифицируют выражение основных семантических признаков; 3) словообразовательные средства, которые могут придавать высказыванию отрицательный оттенок как оттенок пренебрежительности, ироничности, сатиричности и т.д. (суффиксы с увеличительным значением, которые могут употребляться для усиления отрицательных качеств или особенностей объекта; суффиксы, выражающие отрицательную оценку, наделяющие сообщение оттенками ироничности, презрения, пейоративности).

### **3. Синтаксические средства.**

Синтаксические средства для реализации стратегий вежливости в русскоязычных комментариях включают следующие: 1) повествовательные предложения отождествления с именным сказуемым: X есть Y, где Y – предикат – лексема с положительной оценкой; 2) повествовательные предложения с глагольным сказуемым, где лексическое значение сказуемого и его

распространителей характеризуется наличием позитивной семантики; 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; 4) предикативные конструкции с императивом, которые реализуются в побудительных, восклицательных предложениях с элементом *давайте X*; 5) вопросительные предложения, в состав которых могут входить модальные глаголы как *мочь*; 6) сложносочиненные предложения с сопоставительными союзами *но, однако*; 7) условные предложения; 8) слово-предложение; 9) вводные слова; 10) синтаксический параллелизм; 11) парцелляция для усиления выражения положительных эмоций.

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; 2) вопросительно-риторическое предложение; 3) вопросительное восклицательное предложение; 4) синтаксический параллелизм, который усиливает экспрессивность и выразительность отрицательных эмоций высказывания.

#### **4. Стилистические средства**

Стилистические средства для реализации стратегий вежливости в русскоязычных комментариях включают следующие: 1) тропы и фигуры речи (сравнение, метафора, эпитет, олицетворение, гипербола, повтор, многосоюзие и др.); 2) трансформация прецедентных текстов или «переделанные» фразеологизмы как прием языковой игры.

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

#### **5. Фонетические средства**



Фонетические средства для реализации стратегий вежливости и антивежливости полностью совпадают и в русскоязычных комментариях включают следующие: 1) звукоподражание; 2) имитация в письменном тексте разговорно-фонетических средств.

### **6. Паралингвистические средства.**

Паралингвистические средства для реализации стратегий вежливости в русскоязычных комментариях следующие: 1) многократное дублирование восклицательных знаков, закрывающей круглой скобки, одной и той же буквы, эмодзи, количество которых прямо пропорционально интенсивности выражаемой положительной эмоции; 2) выделение заглавными буквами слов и фраз для подчеркивания положительных эмоций; 3) использование многоточия для избегания негативной информации; 4) кавычки для обозначения иносказательности с намеком на обратный смысл.

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.; 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; 3) выделение заглавными буквами слов и фраз для подчеркивания отрицательных эмоций.

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

## Заключение

Интернет-комментарий является одной из форм интерпретации текста в интернет-пространстве, выражением мнения интернет-пользователя на любой заданный стимул в интернет-пространстве, широко функционирует в рамках сайта новостей, веб-форумов, веб-логов, веб-микроблогов, социальных сетей, видеохостингов и многих других веб-жанров.

Интернет-комментарий представляет собой интерактивный речевой акт, особый вид интернет-коммуникации; вторичный текст, не отдельный от комментируемого текста; полилогический жанр с возможностью неограниченного количества участников коммуникации. 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.

Интернет-комментарий может выделяться по разным признакам: коммуникативным параметрам и типам высказываний, форме изложения, предмету комментирования, тематике, объёму, образу адресата, степени вторичности и последовательности комментирования, степени вербализованности, степени креолизованности, эмоциональной окраске, отношению между автором интернет-контента и комментаторами, интенциональному принципу.

В интернет-комментариях сосуществуют эмоциональная и рациональная оценки. Эмоциональная оценка позволяет пользователям выражать свои мнения и чувства, а рациональная – апеллирует к аргументации и осмысленному отношению к действительности. Иногда они могут одновременно обнаруживаться в одном

интернет-комментарии. Однако эмоциональность куда более присуща данному жанру, что нередко в наибольшей степени определяет общую характеристику интернет-комментария как вежливого или антивежливого.

Вежливость и антивежливость характеризуют языковой и социально-культурный уровни коммуникации. Вежливость представляет собой социально-этическую коммуникативную категорию, обеспечивающая бесконфликтное общение, уважение к другим, соблюдение правил приличия и этикета, принятых в данном обществе и проявление воспитанности. Антивежливость, нарушая нормы вежливости, может быть обидной, оскорбительной или намеренно игровой. В нашем понимании следует различать явления антивежливости, невежливости и грубости, хотя во многих источниках они употребляются недифференцированно. Вместе с тем необходимо подчеркнуть, что 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.

В силу наличия множественных коммуникативных компонентов, реализующихся с помощью различных вербальных и невербальных средств, «вежливость» и «антивежливость» рассматриваются нами как макростратегии, которые включают в себя коммуникативные стратегии, определяемые интенциями адресанта, и реализующиеся через определенные речевые жанры, речевые действия и приемы в различных видах интернет-комментариев.

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

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, 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 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. В большинстве случаев в интернет-комментариях автор реализует несколько интенций, в результате чего в тексте комментария увидим многокомпонентное образование, где каждый коммуникативный компонент (коммуникативная стратегия) способствует формированию мелиоративного фона в семантическом поле вежливости или пейоративного фона в семантическом поле антивежливости. 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.

Следует отметить, что данное лингвистическое 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 – грубости, непристойности, инсинуации и др., что порождает последующую их трансформацию в формы языкового экстремизма и даже физического насилия.

Кроме вышеуказанных методов решения с внешних сторон, важны 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.

**Список литературы**

1. Абдуллина Л.Р. Особенности троллинга в интернет-комментариях к новостной статье (на материале французского языка) / Л. Р. Абдуллина, Е. В. Артамонова // Вестник Вятского государственного университета. – 2017. – № 11. – С. 185-188.
2. Азнаурова Э.С. Очерки по стилистике слова / Э.С. Азнаурова. – Ташкент: Фан, 1973.
3. Актуганова С.А. Вежливость и невежливость как основные категории лингвоэкологии / С. А. Актуганова // Лингвистика, переводоведение и методика обучения иностранным языкам: актуальные проблемы и перспективы: сборник материалов I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Орёл, 28 марта 2019 года. – Орёл: Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева, 2019. – С. 25-30.
4. Амурская О.Ю. Речевой портрет пользователя немецкоязычного фотосайта / О. Ю. Амурская // Вестник ТГГПУ. – 2015. – № 3(41). – С. 6–12.
5. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) : учеб. пособие. М., 2003. 128 с.
6. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык: учебник для вузов / И.В. Арнольд. – М.: Флинта: Наука, 2014. – 384 с.
7. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. / Н.Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1988.
8. Асмус Н.Г. Аксиологический потенциал интернет-комментария как отражение социальных ценностей / Н. Г. Асмус // Российские исследования. – 2021. – Т. 2. – № 2. – С. 22-32.
9. Баев Е.В. Лингвистическая невежливость среди носителей русского языка в анонимном Интернет-общении / Е.В. Баев // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. – 2021. – № 3. – С. 157-160.

10. Баженова Е.А. Категория оценки / Стилистический энциклопедический словарь русского языка [Текст] / Е.А. Баженова, О.В. Сиполс. – М.: Флинта, 2003. – 696 с.

11. Бакланова И.И. Способы выражения критических замечаний в научных лингвистических текстах первых десятилетий советской власти: тактичность vs категоричность / И.И. Бакланова // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации, Москва, 23–24 октября 2018 года. – Москва: Издательство "Политическая энциклопедия", 2018. – С. 13-22;

12. Баранов А.Г. Функционально-прагматическая концепция текста. - Ростов-на-Дону, 1993. – С. 8-12.

13. Барбашов В.П. Вербализация интенциональных состояний в публицистическом тексте (на материале современного немецкого языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук / Белгород. гос. ун-т. Белгород, 2007.

14. Бахтин М.М. Автор и герой: к философским основам гуманитарных наук / М. М. Бахтин. – СПб.: Азбука, 2000. – 336 с.

15. Безрукова В.С. Основы духовной культуры (энциклопедический словарь педагога) / В.С. Безрукова. – Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2000. – 937 с.;

16. Блинова Н.М. Интернет-коммуникация: специфика опосредования межличностных отношений / Н.М. Блинова // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Психология. –2014. – № 9. – С. 17–22.

17. 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.

18. Боева-Омелечко Н.Б. Вопрос как средство выражения стратегий вежливости и антивежливости в современном английском языке / Н.Б. Боева-Омелечко // Язык. Культура. перевод. коммуникация: Сборник научных трудов к юбилею профессора Г.Г. Молчановой. – Москва: Тезаурус, 2015. – С. 85-88.

19. Боева-Омелечко Н.Б. Конфликтогенный потенциал речевого акта вопроса / Н. Б. Боева-Омелечко // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – 2019. – № 1. – С. 67-75.

20. Борисова И.В. Современные тенденции процесса окказионального словообразования в Интернет-общении / И. В. Борисова // *Litera*. – 2018. – № 3. – С. 281-288.

21. Боровикова Н.А. Полевые структуры в системе языка / Н.А. Боровикова. – Воронеж: Изд-во Воронежского ун-та, 1989. –197 с.;

22. Брагина Н.Г. Категория языковой вежливости и ее комплексное описание (к постановке проблемы) / Н. Г. Брагина, О. С. Иссерс, И. Мендоза, Р. Ратмайр // *Коммуникативные исследования*. – 2021. – Т. 8. № 2. – С. 217-232.

23. Буторина Е.П. Вежливость и антивежливость в деловом дискурсе / Е.П. Буторина // *Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации*, Москва, 23–24 октября 2018 года. – Москва: Издательство "Политическая энциклопедия", 2018. – С. 45-52.

24. 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.

25. 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.

26. 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. -.

27. 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.



28. Ван Юе. Троллинг и флейминг в интернет-комментариях / Юе. Ван // Актуальные исследования языка и культуры: теоретические и прикладные аспекты: Материалы VI Всероссийской студенческой научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 07 апреля 2023 года. – Санкт-Петербург: Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина, 2023. – 340 с.

29. 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.

30. Ванников Ю.В. Синтаксис речи и синтаксические особенности русской речи. Москва: Либроком, 2009. 296 с.

31. Василенко Е.Н. Прагматические характеристики жанра интернет-комментария / Е. Н. Василенко // Теоретические и практические предпосылки подготовки полилингвальных специалистов в УВО: Материалы V Международного научно-практического онлайн-семинара (вебинара), Могилев, 11 апреля 2019 года. – Могилев: Могилевский государственный университет имени А.А. Кулешова, 2019. – С. 58-61.

32. Васильева М.Г. Интернет-комментарий в социальных медиа / М. Г. Васильева // MEDIAОбразование: медиавключенность vs медиаизоляция : Материалы VI Международной научной конференции, Челябинск, 23–25 ноября 2021 года / Под редакцией А.А. Морозовой. – Челябинск: Челябинский государственный университет, 2021. – С. 257-261.

33. Василькова В.В. Коммуникативные стратегии COVID-троллинга в социальной сети "ВКонтакте" / В. В. Василькова, Н. И. Легостаева, П. М. Кручинина // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. – 2021. – Т. 14, № 3. – С. 276-294.

34. Ваулина С.С., Девина О.В. Авторская модальность как текстообразующая категория (к постановке проблемы)//Вопросы языковой категории модальности. Вестник Российского государственного университета им. И. Канта. 2010. Вып. 8. С.13-21.

35. Введенская Л.А. Русский язык и культура речи: Учеб. пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева. – Ростов н/Д: Феникс, 2000. – 537с.
36. Вежбицкая А. Лексическая семантика в культурно-сопоставительном аспекте / А. Вежбицкая // Семантические универсалии и описание языков. – М., 1999. – 647 с.
37. Виноградов В.В. О категории модальности и модальных словах в русском языке // Избр. тр. Исследования по русской грамматике. М., 1975. С. 56–87.
38. Внебрачных Р.А. Троллинг как форма социальной агрессии в виртуальных сообществах // Вестник Удмурдского университета. Философия. Социология. Психология. Педагогика. 2012. № 1. С. 48–51.
39. Вульфович Б.Г. Лингвопрагматический потенциал комментария как компонента политического интернет-дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19.- Краснодар, 2021.
40. Галлямова Н.Ш. Коммуникативно-интенциональный словарь: теоретические и прикладные аспекты / Н. Ш. Галлямова // Мир русского слова. – 2009. – № 3. – С. 20-27.
41. Герд А.С. Лингвистический энциклопедический словарь / А.С. Герд; гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Сов. энциклопедия, 1990. – 683 с.
42. Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Основы речевой коммуникации: Учебник для вузов / Под ред. проф. О.Я. Гойхмана. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 272 с.
43. Гончарова Л.М. Рациональная и эмоциональная составляющие в рекламных текстах сферы туризма / Л. М. Гончарова // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. – 2017. – Т. 6. – № 1. – С. 70-77.
44. Горошко Е.И., Землякова Е.А. Виртуальное жанроведение: становление теоретической парадигмы // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». — 2011 г. – Том 24(63), №1. – Часть 1. – С. 225 – 237.
45. Грайс Г.П. Логика и речевое общение / Г.П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. – 1985. – № 16. – С. 217-237.

46. Граф Е. Ирония как форма (скрытой) «антивежливости» / Е. Граф // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации, Москва, 23–24 октября 2018 года. – Москва: Издательство "Политическая энциклопедия", 2018. – С. 70-78.

47. Гриценко А. Русское коммуникативное поведение в условиях виртуального общения / А. Гриценко // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. – 2020. – № 1(26). – С. 67-71.

48. Гришаева Л.И., Ищенко Е.Н. Человек как субъект коммуникации: Универсальное и специфическое: коллективная монография / под общей редакцией Л.И. Гришаевой и Е.Н. Ищенко. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2006. – 338 с.;

49. Гулевич О.А. Психология коммуникации. О.А. Гулевич. – М.: Московский психолого-социальный институт, 2007. – 384 с.;

50. Данилова Л.В. Этические беседы – путь к нравственному самосовершенствованию / Л.В. Данилова // Никоновские чтения. Чебоксары, 2016. – С. 52-58;

51. Дахалаева Е.Ч. Интернет-комментарии портала "новости mail.Ru" как объект лингвистического исследования / Е. Ч. Дахалаева // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 6. – С. 780.

52. Дахалаева Е.Ч. Интернет-комментарий и интернет-отзыв: параметры жанрового разграничения / Е. Ч. Дахалаева // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 6. – С. 1299.

53. Дахалаева Е.Ч. Современные лингвистические исследования интернет-комментариев / Е. Ч. Дахалаева // Межкультурная коммуникация: аспекты дидактики: Материалы межвузовского научно-методического семинара, Улан-Удэ, 30 октября 2014 года – 30 2015 года. – Улан-Удэ: Бурятский государственный университет, 2014. – С. 167-171.

54. Дейк Т. Язык, познание, коммуникация. М.: Прогресс, 1989. 310 с.

55. Демьянова Т.В. Лингвистические средства реализации стратегий маневрирования (на материале русского и английского языков) / Т. В. Демьянова //

Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева. – 2021. – № 2(111). – С. 46-56.

56. Евгеньева А.П. Малый академический словарь / А.П. Евгеньева. – М.: Институт русского языка Академии наук СССР, 1957—1984.

57. Епифанова, В. В. Семантическое поле "Уважение": обеспечение продуктивных речевых действий на русском языке как неродном / В. В. Епифанова // Филологический аспект. – 2018. – № 9(41). – С. 5-16

58. Ерзинкян Е.Л. Е 709 Лингвистическая категория вежливости: семантика и прагматика. – Ереван, Изд. ЕГУ, 2018. – 410 с.

59. Ерофеева И.В. Нарушения речевого этикета как фактор коммуникативных неудач в онлайн-полилоге / И. В. Ерофеева // Медиалингвистика: Материалы VI международной научной конференции, Санкт-Петербург, 30 июня – 02 2022 года / Науч. редактор Л.Р. Дускаева, отв. редактор А.А. Малышев. – Санкт-Петербург: ООО "Медиапапир", 2022. – С. 90-94.

60. Жельвис В.И. "Грубость": проблемы классификации лексики / В. И. Жельвис // Вопросы психолингвистики. – 2008. – № 7. – С. 109-113.

61. Жельвис В.И. Грубость как регулятор коммуникативного поведения / В.И. Жельвис // Бытие в языке: Сборник научных трудов к 80-летнему юбилею В.И. Жельвиса. – Ярославль: Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского, 2011. – С. 258-289.

62. Журавлева Н.Н. Реализация коммуникативных интенций говорящего в различных социокультурных условиях (на материале интенции упрека в польском языке): автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.03 / Н. Н. Журавлева ; БГУ. – Минск, 2007. – 23 с.

63. Занина Е.Л. К вопросу об обучении стратегии смягчения критики в англоязычной письменной научной коммуникации / Е. Л. Занина // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. – 2015. – № 3. – С. 102-112.

64. Земская Е.А. Категория вежливости в контексте речевых действий / Е.А. Земская // Логический анализ языка: язык речевых действий. – М.: Наука, 1994. – С. 131–136.
65. Земцова Л.С. Искусствоведческая рецензия как жанр массово-информационного дискурса: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2006. 212 с.
66. Зубарева В.М. Специфика реализации оценки в комментариях к статьям британских онлайн-газет / В.М. Зубарева // Вестн. Челябин. гос. ун-та. Филология. Искусствоведение. - 2013. - Вып. 83, № 29(320). - С. 66-72.
67. Иванова С.В. Жанровые особенности коммента как интернет-текста / С. В. Иванова, В. М. Зубарева // Вестник Башкирского университета. – 2013. – Т. 18. – № 4. – С. 1147-1151.
68. Ивин, Никифорович 1998 – Ивин А., Никифорович А. Словарь по логике. М., 1998.
69. Изард К.Э. Эмоции человека / К.Э. Изард. — М.: Прогресс, 1982.
70. Изард К.Э. Эмоции человека. – М.: Изд-во МГУ, 1980.
71. Ионова С.В. Семантика глорификации в коммуникативной концепции «возвышения языком» [Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2018. – № 4. – С. 97-117. Режим доступа: [www.tverlingua.ru](http://www.tverlingua.ru).
72. Ионова С.В. Сетевые формы конфликтной коммуникации: кибербуллинг и эмоциональное самовыражение / С. В. Ионова, М. Ю. Петрова // Культура и текст. – 2021. – № 4(47). – С. 267-280.
73. Иссерс О.С. Имплицитность как способ речевого маневрирования в публичной коммуникации / О. С. Иссерс, А. В. Журова // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. – 2022. – № 1(34). – С. 82-86.
74. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. - Изд. 5-е. – Москва: Изд-во ЛКИ, 2008. – 288 с.

75. Калинина М.А. Жанры инвективы в публичном коммуникативном пространстве / М. А. Калинина // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова. – 2020. – № 5. – С. 153-163.

76. Карасик В.И. Алгоритмы построения комических текстов / В.И. Карасик // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. – 2018. – Т. 22. – № 4. – С. 895-918.

77. Карасик В.И. Вежливость и антивежливость в сетевом дискурсе / В.И. Карасик // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации, Москва, 23–24 октября 2018 года. – Москва: Издательство "Политическая энциклопедия", 2018. – С. 104-114.

78. Карасик В.И. Жанры сетевого дискурса / В. И. Карасик // Жанры речи. – 2019. – № 1(21). – С. 49-55.

79. Карасик В.И. Комические аттрактивы в сетевом дискурсе / В.И. Карасик // Жанры речи. – 2019. – № 3(23). – С. 227-233.

80. Карасик В.И. Язык социального статуса. - М.: Институт языкознания АН СССР, Волгоградский педагогический институт, 1991. - 495 с.

81. Карасик В.И. Язык социального статуса. М.: Институт языкознания РАН; Волгоградский педагогический институт, 1992. - 330 с.

82. Карасик В.И. Языковое преобразование реальности: монография. Москва: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, 2023. – 500 с.

83. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.

84. Карасик В.И. Языковые ключи. – Волгоград: Парадигма, 2007. – 520 с.

85. Карпова Т.Б. Оказиональное в сети Интернет / Стереотипность и творчество в тексте: Межвузовский сборник научных трудов. Вып. 12. – Пермь, ПГНИУ, 2008. С.197-203.

86. Карпоян С.М. Эпистемическая модальность в интернет-комментарии : специальность 10.02.19 "Теория языка" : автореферат диссертации на соискание

ученой степени кандидата филологических наук / Карпоян Софья Мартиросовна. – Ростов-на-Дону, 2014. – 26 с.

87. Карпоян С.М. Эпистемические речевые акты в интернет - комментарии / С.М. Карпоян // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. – 2011. – № 5. – С. 38-43.

88. Касперова Л.Т. Стилистические и жанровые особенности интернет-комментариев / Л. Т. Касперова // Русская речь. – 2018. – № 1. – С. 63-68.

89. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации / В.Б. Кашкин. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. – 175 с.

90. Кирилина А.В. Интернет-жанр "комментарий читателя" / А. В. Кирилина // Вестник МГПУ. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. – 2015. – № 1(17). – С. 67-76.

91. Клушина Н.И. Интенциональный метод в современной лингвистической парадигме / Н. И. Клушина. — Текст : электронный // Медиаскоп : электронный журнал. — 2012. — Вып. 4. — URL: <http://mediascope.ru/node/1242> (дата обращения: 11.09.2021).

92. Клушина Н.И. Сетевые жанры: новость и комментарий в пространстве Интернета / Н. И. Клушина, Н. В. Смирнова, Л. Т. Касперова, М. В. Иванова, с. Ф. Барышева // Верхневолжский филологический вестник – 2018. – № 3. – С. 50-54.

93. Ключев Е.В. Речевая коммуникация / Е.В. Ключев. – М.: ПРИОР, 1998. – 224 с.

94. Ключев Е.В. Речевая коммуникация. — М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2002.

95. Кобзева В.В. Этикет в вопросах и ответах. М.: Гранд, 2003. 283 с.

96. Кожина М.Н. Диалогичность как категориальный признак письменного научного текста // Очерки научного стиля русского литературного языка XVIII-XX вв. Т. 2. Стилистика научного текста (общие параметры). Ч. 2. Категории научного текста: функционально-стилистический аспект. Пермь, 1998. С. 138.

97. Кожина М.Н. Некоторые аспекты изучения речевых жанров в нехудожественных текстах / М. Н. Кожина // Стереотипность и творчество в тексте. – Пермь: Изд-во Пермского университета, 1999. – С. 22-29.

98. Колесникова С.М. Вопрос о словах категории состояния / С.М. Колесникова // Русский язык в школе. – 2017. – № 2. – С. 16-20.

99. Колокольцева Т.Н. Диалогичность в жанрах интернет-коммуникации (чат, форум, блог) / Т. Н. Колокольцева // Жанры речи. – 2016. – № 2(14). – С. 97-105.

100. Колокольцева Т.Н. Проблемы изучения диалогической коммуникации и специфика интернет-диалогов (на материале блога) / Т. Н. Колокольцева // Культура и текст. – 2021. – № 1(44). – С. 197-215.

101. Комиссарова Н.Г. Оценочность в дискурсе СМИ / Н.Г. Комиссарова, Д. Р. Якупова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2018. – № 2-1(80). – С. 83-87.

102. Кондрашов В.А. Этика. Ростов-на-Дону: Феникс, 1999. - 512 с.

103. Кормилицына М.А., Шамьенова Г.Р. Категория вежливости в оценочных речевых жанрах // Жанры речи. Саратов: Колледж, 1999. С. 257-266.

104. Корнейчук С.П., Шкуренко Е.П. Коммуникативная гармония: эстетика тактичности / С.П.Корнейчук, Е.П.Шкуренко // Актуальные проблемы межкультурной коммуникации. Материалы международной научной конференции посвященной 50-летию кафедры русского языка и культуры русской речи. Ростов-на-Дону. 2018. Ростов-на-Дону, 2018. – С. 130-132.

105. Костюченко В.Ю. Аксиологическая модальность в русских и английских сетевых ток-шоу и интернет-комментариях: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Ю. Костюченко // Вестник Минского государственного лингвистического университета. Серия 1: Филология. – 2019. – № 2(99). – С. 36-46.

106. Кошель П.В. Жанровая характеристика интернет-комментария: на материале франкоязычных научно-популярных блогов: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.05 / Кошель Павел Владимирович; [Место защиты: Моск. гос. лингвист. ун-т]. - Москва, 2015. - 187 с.



107. Кошель П.В. Французский интернет-комментарий как речевой жанр / П. В. Кошель // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2013. – № 10(670). – С. 80-89.
108. Кошкарлова, Н.Н. Публичное извинение как жанр Интернет-коммуникации / Н. Н. Кошкарлова // Экология языка и коммуникативная практика. – 2018. – № 2(13). – С. 62-67.
109. Крылова О.А. Лингвистическая стилистика: в 2-х кн. / О. А. Крылова. – М.: Высшая школа, 2006. – Кн. 1: Теория. – 313 с.
110. Крысин Л.П. Эвфемизмы в современной русской речи / Л.П. Крысин // Русистика. – Берлин, 1994. – № 1-2. – С. 28-49.
111. Кузнецов М. Как позволить другим делать по-вашему: речевые и поведенческие стратегии журналиста: Учеб.-практ. пособие / М. Кузнецов, И. Цыкунов. М.: Изд-во ПРИОР, 2000. – 112 с.
112. Куликова В.А. Словообразовательные средства выражения негативной оценки: на материале новообразований в заголовках электронных СМИ XXI в.: дис. ... канд. филол. нау. – Нижний Новгород, 2020. – 278 с.
113. Кязимов Г.Ш. Теория комического (проблемы языковых средств и приемов) / Г.Ш. Кязимов. – Баку: Тахсил, 2004. – 326 с.
114. Ларина Т.В. Вежливость, невежливость и грубость в межкультурном аспекте / Т.В. Ларина // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации, Москва, 23–24 октября 2018 года. – Москва: Издательство "Политическая энциклопедия", 2018. – С. 133-144.
115. Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации: сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. – М.: Языки славянской культуры, 2009. – 512 с.
116. Ларина Т.В. Невежливость и грубость в межличностном общении американцев / Т. В. Ларина, М. Л. Харлова // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2015. – Т. 13, № 3. – С. 34-42.

117. 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.

118. Леонтьев В.В. Лингвистическая (не)вежливость: к проблеме содержания категории / В. В. Леонтьев // Экология языка и коммуникативная практика. – 2016. – № 1(6). – С. 70-83.

119. Лукинова О.В. Цифровой этикет. Как не бесить друг друга в интернете / О.В. Лукинова – «Эксмо». 2020. 210 с.

120. Малькова Е.Ю. Этические проблемы виртуальной коммуникации: автореф. дис. ... канд. филос. наук. СПб., 2004.

121. Мамина Р.И., Почебут С.Н. Цифровой этикет и его специфика: философско-методологический аспект // Дискурс, 2021. Т. 7. № 2. С. 16–27.

122. Маркелова Т.В. Семантика оценки и средства ее выражения в русском языке / Т.В. Маркелова. – М.: Правда, 1996. – 87 с.

123. Маркова В.А. Коммуникативно-прагматическое поле вежливости: формирующий прагматический эффект и структура / В. А. Маркова // ДОСТИЖЕНИЯ ВУЗОВСКОЙ науки 2021: сборник статей XVII Международного научно-исследовательского конкурса, Пенза, 20 января 2021 года. – Пенза: "Наука и Просвещение" (ИП Гуляев Г.Ю.), 2021. – С. 251-255.

124. Мельник М.В. Комментарий как жанр интернет-коммуникации // Система і структура східнослов'янських мов. 2014. Випуск 7.

125. Митягина В.А. Интернет-комментарий как коммуникативное действие // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвуз. Сб. науч. тр. – Вып. 10 / отв. Ред. А.Г. Пастухов. – Орел: ФГБОУ ВПО «ОГИИК», ООО «Горизонт», 2012. – С. 188-197.

126. Михальская А.К. Педагогическая риторика: История и теория: учебное пособие для студ. пед. университетов и институтов.-М.: Academia, 1998. -432 с.

127. Моисеева А.В. Флейминг как форма речевой агрессии в интернет-коммуникации / А. В. Моисеева, А. С. Титлова // Русский лингвистический бюллетень. – 2022. – № 2(30).

128. Мосейко А.А. Особенности и отличия интернет-этикета от традиционного речевого этикета // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2019. – № 5. – С. 153–157.

129. Мощева С.В. Подходы к исследованию интенциональности речевого поведения / С. В. Мощева // Вестник Удмуртского университета. Серия История и филология. – 2015. – Т. 25. – № 5. – С. 37-42.

130. Мощева С.В. Речевая интенция: теоретические подходы к исследованию / С. В. Мощева // Известия высших учебных заведений. Серия: Гуманитарные науки. – 2011. – Т. 2. – № 3. – С. 223-226.

131. Мурылев В.А. Правила поведения в обществе / В.А. Мурылев // Аналитика культурологии. – 2010. – № 2. – С. 249–254;

132. Мухтаруллина А.Р. Модальность в англоязычной интернет-коммуникации (на материале газетно-публицистического дискурса) / А. Р. Мухтаруллина // Филологические науки: состояние, перспективы, новые парадигмы исследований: Материалы IV Международной научной конференции, Уфа, 18–19 ноября 2021 года / Отв. редактор А.Р. Мухтаруллина. – Уфа: Башкирский государственный университет, 2021. – С. 95-109.

133. Немыка А.А. Дискурсивное пространство текста: троллинг как элемент некооперативной речевой стратегии современной интернет-коммуникации / А. А. Немыка, А. А. Ушаков // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Вопросы образования: языки и специальность. – 2012. – № 4. – С. 68-71.

134. Нестерова Т.В. Косвенные реализации речевых интенций в обиходном общении русских / Т.В. Нестерова // Русский язык и литература в пространстве мировой культуры. – СПб: МАПРЯЛ, 2015. – С. 189-195.

135. Нестерова Т.В. Непрямая коммуникация в обиходной сфере русскоязычного общения // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2015. – № 5–1 (47). – С. 156–162.

136. Нестерова Т.В. Речевой этикет в сетевой коммуникации / Т. В. Нестерова // Гуманитарные технологии в современном мире : Сборник статей IX Международной научно-практической конференции. Памяти доктора педагогических наук, главного редактора научного журнала "Современная коммуникагивистика", 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. 134-144.

137. Николаева Т.М. Языкознание и паралингвистика [Текст] / Т. М. Николаева, Б. А. Успенский. – М., 1966. – 250 с.

138. Окушова Г.А. Цифровой этикет и регламенты в коммуникативном порядке социальносетевого пространства / Г. А. Окушова // Общество: социология, психология, педагогика. – 2021. – № 1(81). – С. 24-27.

139. Опарина Е.О. Электронные средства массовой коммуникации: формирование смыслов и жанров; особенности коммуникации / Е. О. Опарина // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6: Языкознание. Реферативный журнал. – 2020. – № 3. – С. 122-128.

140. Осадчая М.А. Сетевой этикет в эпоху глобализации / М. А. Осадчая // Инязовские чтения: Сборник научных статей Первой международной научно-практической конференции Совета молодых ученых МГЛУ, Москва, 15–16 октября 2021 года / Отв. редактор О.К. Ирисханова. – Москва: Московский государственный лингвистический университет, 2022. – С. 158-164.

141. Остин Дж. Л. Избранное. – М., 1999.

142. Очилова Б.М. Этикет – основа поведения / Б.М.Очилова //Архив Научных Публикаций JSPI. – 2020.;

143. Павлов М.А. Своеобразие жанра интернет-комментария в социальных сетях / М. А. Павлов // Наука и образование: новое время. – 2017. – № 2(19). – С. 101-108.

144. Пантеева К.В. Рациональная и эмоциональная оценка: все дело в экспрессивности? / К.В. Пантеева // Вестник Новосибирского государственного

университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2020. – Т. 18. – № 3. – С. 47-58.

145. Паршина О.Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: специальность 10.02.01 "Русский язык": автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук / Паршина Ольга Николаевна. – Саратов, 2005. – 48 с.

146. Петрова А.А. Основные семантические составляющие концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ в русской лингвокультуре: лексикографический анализ / А.А. Петрова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – Т. 14. – № 5. – С. 1478-1485.

147. Поляян А.В. Прагмалингвистические особенности жанра интернет- коммента к неполитическим новостным статьям и откликам на них : специальность 10.02.19 "Теория языка" : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Поляян Анна Васильевна. – Ростов-на-Дону, 2021. – 199 с.

148. Попов А.С. Вежливость как категория морали: этапы становления / А.С. Попов // Научные проблемы гуманитарных исследований. – 2010. – № 1. – С. 286–296;

149. 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.

150. Попова К.А. Анализ языковых способов выражения сочувствия в жанре интернет-комментария в немецком языке : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.04 / Попова Ксения Александровна; [Место защиты: ГАОУ ВО ГМ «Московский городской педагогический университет»]. - Москва, 2021. - 232 с.

151. Пospelова А.Г. Речевые приоритеты в английском диалоге: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.04 / Пospelова Александра Георгиевна. - СПб, 2001. - 72 с.

152. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – М.: «Рефл-бук», 2001. – 656 с.

153. Почепцов Г.Г. Язык и юмор: Сб. шуток и анекдотов на языке. Темат. примеч. с введ. главой по яз. основам юмора / Г.Г. Почепцов. - 2-е изд., перераб. и доп. – Киев: Вища школа, 1981. – 326 с.

154. Протанская Е.С. Профессиональная этика. Моральная пропедевтика делового поведения. СПб.: Алетейя, 2003.

155. Прядильникова Н.В. Эвфемизмы в российских СМИ начала XXI века: комплексная характеристика: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – Самара, 2007. – 18 с.

156. Радина Н.К. Интент-анализ онлайн-дискуссий (на примере комментирования материалов интернет-портала ИноСМИ.ru) / Н. К. Радина // Медиаскоп. – 2016. – № 4. – С. 25.

157. Раицкая Л. К. Развивающие и познавательные функции Интернета [Текст] / Л. К. Раицкая // Вестник университета (Государственный университет управления). – 2010. – № 23. – С.90-93.

158. Романова Н.Н. Лингводидактическая интерпретация влияния интернет-коммуникации на нормативную базу современного русского языка в контексте преподавания речеведческих дисциплин / Н.Н. Романова, О.А. Жилина // Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики в неязыковом вузе : 4-я Международная научно-практическая конференция: сборник материалов конференции : в 2 т., Москва, 16 декабря 2020 года / МГТУ им. Н. Э. Баумана, Ассоциация технических университетов России и Китая, Евразийское общество прикладной лингвистики. Том 2. – Москва: Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана (национальный исследовательский университет), 2021. – С. 335-345.

159. Руднева Е.А. Стратегии лингвистической вежливости в спонтанном речевом взаимодействии: диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.19 / Руднева Екатерина Алексеевна; [Место защиты: ФГБУН Институт языкознания Российской академии наук]. - Москва, 2019. - 208 с.

160. Русский речевой этикет: Учебно-метод. Пособие / Сост.: Н.С. Конищева, О.В. Гундяева. – Нижний Новгород.: НГТУ, 2005. – 60 с.

161. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры / В.З. Санников. – М.: Языки славянской культуры, 2002. – 552 с.
162. Северская О.И. От «диких извинений» до «можнопожалуйста»: о границах между вежливостью и антивежливостью / О.И. Северская // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации, Москва, 23–24 октября 2018 года. – Москва: Издательство "Политическая энциклопедия", 2018. – С. 246-253;
163. Седов К.Ф. Агрессия и манипуляция в повседневной коммуникации / К. Ф. Седов // Юрислингвистика. – 2005. – № 6. – С. 87-103.
164. Серебренникова Е.Ф. Человек оценивающий: семеометрия оценки на примере разового политического дискурса [Текст] / Е.Ф. Серебренникова // Личность и модусы в ее реализации в языке: коллективная монография. – М.: ИЯ РАН; Иркутск: ИГЛУ, 2008. – 416–428с.
165. Серль Дж. Р. Основные понятия исчисления речевых актов / Дж. Р. Серль, Д. Вандервекен // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. XVIII. – М., 1986. – 392 с.
166. Серль Дж. Р. Природа интенциональных состояний // Философия. Логика. Язык / Под ред. Д.П.Горского, В.В. Петрова. – М., 1987.
167. Сидорова И.Г. Коммуникативно-прагматические характеристики жанров персонального интернет-дискурса (сайт, блог социальная сеть, комментарий): дисс. ...канд. филол. наук. / Сидорова Ирина Геннадьевна. – Волгоград, 2014. – 249 с.
168. Синельникова Л.Н. Дискурс троллинга / Л. Н. Синельникова. – Текст : непосредственный // Дискурс Пи. – 2016. – № 2. – С. 271–279.
169. Сковородников А.П. О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистическая фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии / А.П. Сковородников // Риторика-Лингвистика: сб. ст. / Смоленск. гос. пед. ун-т; отв. ред. Э.М. Береговская. – Смоленск, 2004. – Вып. 5. - С. 5-11.
170. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: уч. пособие. – СПб.: Михайлов, 2002. – 460 с.

171. Соколова Н.Л. Вербальный акт вежливости: корреляция с речевым этикетом (на материале английского языка) / Н. Л. Соколова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – Т. 14. – № 8. – С. 2523-2528.

172. Спиридонова В.А. Функциональная семантика электронного интерактивного англоязычного комментария: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Спиридонова Валентина Александровна; [Место защиты: С.-Петерб. гос. ун-т]. - Санкт-Петербург, 2016. - 157 с.

173. Стексова Т.И. Комментарий как речевой жанр и его вариативность / Т. И. Стексова // Жанры речи. – 2013. – № 1 (9). – С. 82–89

174. Стексова Т.И. Речевая агрессия в интернет-комментариях как проявление социальной напряженности // Политическая лингвистика. 2013. Выпуск 3. С. 77–81.

175. Степанова Л.Н. Комментарий в современном информационно-коммуникативном пространстве: перспективы лингвистического исследования // Современная филология (II): материалы междунар. заоч. науч. конф. Уфа, январь 2013 года. Уфа: Лето, 2013. С. 94–97.

176. Стернин И.А. Проблемы описания вежливости как коммуникативной категории // Коммуникативное поведение. Вып. 17. Вежливость как коммуникативная категория. – Воронеж, 2003. – С. 22–47.

177. Стернин И.А. Русский речевой этикет. Воронеж, 1996.

178. Сьюй Минюань. Эвфемизация в современном русском юмористическом дискурсе: дис. ... кандидата филологических наук: 10.02.01 / Сьюй Минюань. – Москва, 2019. – 189 с.

179. Тахтарова С.С. Категория коммуникативного смягчения (когнитивно-дискурсивный и этнокультурный аспекты): дис. ... д-ра филол. наук / Тахтарова Светлана Салаватовна. – Волгоград, 2010. – 432 с.

180. Текст и комментарий: Круглый стол к 75-летию Вячеслава Всеволодовича Иванова [Текст] / Отв. ред. В.Н. Топоров // Сборник трудов конференции. –М.: Наука, 2006. – 417с.



181. Тиллабаева А.А. Речевое поведение интернет-пользователей в ситуации конфронтационного общения / А. А. Тиллабаева, В. А. Шульгинов // Слово.ру: балтийский акцент. – 2020. – Т. 11, № 4. – С. 45-57.

182. Титлова А.С. Шейминг в онлайн-комментарии как следствие анонимности интернет-коммуникации / А. С. Титлова // Тенденции развития науки и образования. – 2021. – № 71-4. – С. 60-63.

183. Трофимова Н.А. Интенциональный смысл высказывания и его операторы / Н. А. Трофимова // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2008. – Т. 1, № 2-3(13). – С. 19-36.

184. Трошева Т.Б. Устная речь [Текст] / Т.Б. Трошева // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. – Москва, 2003. – 567 с.

185. Трубина О.Б. Жаргонный дискурс: вежливость - невежливость - антивежливость / О.Б. Трубина // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей IV Международной научно-практической конференции: в 2 томах, Москва, 29 апреля 2020 года / Российский университет дружбы народов. – Москва: Российский университет дружбы народов (РУДН), 2020. – С. 303-309.

186. Труфанова И.В. О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика / И.В. Труфанова // Филологические науки. – 2001. – № 3. – С. 56–65.

187. Фёдорова А.Л. Речевая стратегия упрёка: лингвокогнитивный подход (На материале немецкого, английского и русского языков): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20, 10.02.04: Уфа, 2004 187 с.

188. Фенина В.В. Ирония в обыденном политическом дискурсе (на материале интернет-комментариев пользователей сайта «Эхо Москвы») // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. №1. С. 29-34.

189. Филиппова М.П. Интернет-комментарий и сообщение на интернет-форуме: параметры жанрового разграничения / М. П. Филиппова // Вестник

Удмуртского университета. Серия История и филология. – 2020. – Т. 30. – № 6. – С. 1049-1054.

190. Формановская Н.И. Культура общения и речевой этикет. 2-е изд. М.: ИКАР, 2005. 250 с.

191. Формановская Н.И. О функциях речевого этикета [Текст] / Н.И. Формановская / Русский язык за рубежом. – 1979. – № 3. – С. 72-74.

192. Формановская Н.И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика. – М: Изд-во «ИКАР», 2007. – 480 с.

193. Формановская Н.И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика. – М.: Икар, 2007.

194. Формановская Н.И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. М.: Русский язык, 2002.

195. Формановская Н.И. Речевой этикет в русском общении. Теория и практика. – М.: ВК, 2009. – 334 с.

196. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения. – М.: Высшая школа, 1989. – 160 с.

197. Формановская Н.И. Ритуалы вежливости и толерантность // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности: сборник статей / отв. ред. Н. А. Купина, М. Б. Хомяко в. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. ун-та, 2003. С. 345–362

198. Формановская Н.И. Русский речевой этикет. – М.: КомКнига, 2006.

199. Формановская Н.И. Русский речевой этикет: лингвистический и методический аспекты. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Русский язык, 1987. 158 с.

200. Формановская Н.И. Употребление русского речевого этикета. – М.: Рус. яз., 1984. – 193 с.

201. Фуфаева И.В. XV международная конференция "вежливость и "антивежливость" в языке и коммуникации" / И.В. Фуфаева // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. – 2019. – № 4. – С. 252-256.

202. Харлова М.Л. Невежливость и грубость в американской и русской коммуникативных культурах: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Харлова

Маргарита Леонидовна; [Место защиты: Рос. ун-т дружбы народов]. - Москва, 2016. - 295 с.

203. Харлова, М.Л. Стратегии невежливости в формулах обращения в русской и американской лингвокультурах / М. Л. Харлова // . – 2014. – № 14. – С. 124-130.

204. Цыренова А.Б. К вопросу о категории модальности и авторской интенции (на материале английского языка) / А. Б. Цыренова // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2011. – № 3(105). – С. 93-97.

205. Чеснокова Л.В. Тактичность как условие успешной коммуникации / Л. В. Чеснокова // Омские социально-гуманитарные чтения - 2019 : Материалы XII Международной научно-практической конференции, Омск, 16–18 апреля 2019 года / Минобрнаука России; Омское отделение Российского общества социологов; Омский государственный технический университет; Центр социологического исследования, факультет гуманитарного образования, кафедра истории, философии и социальных коммуникаций; Ответственный редактор Л. А. Кудринская. – Омск: Омский государственный технический университет, 2019. – С. 119-123.

206. Чжан Канкан. Вербальные способы выражения глорификации в русском языке: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.01 / Чжан Канкан; - Москва, 2021. - 171 с.

207. Чубарова, О. Э. Методический потенциал наджанровых объединений интернет-дискурса / О. Э. Чубарова // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура : сборник статей IV Международной научно-практической конференции: в 2 томах, Москва, 29 апреля 2020 года / Российский университет дружбы народов. Том 2. – Москва: Российский университет дружбы народов (РУДН), 2020. – С. 337-344.

208. Чудинов А.Н. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка. – СПб.: Изд. В.И. Губинского, – 2010. – 676 с.

209. Шаронов И.А. Звукоподражательные слова и эмоциональные междометия / И.А. Шаронов // Вопросы филологии. – 2009. – № 3(33). – С. 48-52.

210. Шаронов И.А. Невежливость и "антивежливость": две мишени речевого этикета / И.А. Шаронов, М.А. Козодаева // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации, Москва, 23–24 октября 2018 года. – Москва: Издательство "Политическая энциклопедия", 2018. – С. 292-299.

211. Шаронов И.А. Русский речевой этикет в пространстве диалога / И.А. Шаронов // Русский язык и культура в зеркале перевода. – 2020. – № 1. – С. 414-421.

212. Шаховалова Е.Г. Проблемы соблюдения речевого этикета в интернет-коммуникациях / Е. Г. Шаховалова, Н. Н. Шаховалов // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. – 2020. – Т. 39. – № 3. – С. 455-465.

213. Шаховский В.И. Эмоциональный тьюнинг в речевом общении // Научный журнал «Верхневолжский филологический вестник». – Ярославль: РИО ЯГПУ, – 2015. – № 1. – С.104-106.

214. Шишкина М.А. Из истории публичных коммуникаций (от античности до Просвещения): Учеб. пособие. – СПб.: Роза мира, 2005. – 101 с.

215. Шилихина К.М. Семантика и прагматика вербальной иронии / К.М. Шилихина. – Воронеж: НАУКА-ЮНИПРЕСС, 2014. – 304 с.

216. Шпильная Н.Н. Интенции реплицирования, реализуемые в диалоге / Н. Н. Шпильная // Филологический класс. – 2022. – Т. 27. – № 2. – С. 68-76.

217. Шхумишхова А.Р. Лингвостилистические особенности интернет-комментария в СМИ / А. Р. Шхумишхова, А. А. Калашаова // Cross - Cultural Studies: Education and Science. – 2018. – Т. 3. – № 3. – С. 387-392.

218. Щипицина Л.Ю. Жанровый статус сетевого комментария / Л. Ю. Щипицина // Вестник Башкирского университета. – 2015. – Т. 20. – № 2. – С. 528-532.

219. Эпштейн О.В. Вербализация агрессивной стратегии "хейтинга" в жанре интернет-комментария / О. В. Эпштейн // Вопросы современной филологии в контексте взаимодействия языков и культур: III Международная научно-практическая конференция. Сборник статей, Оренбург, 29–30 мая 2019 года /

Ответственный за выпуск Т.Н. Галинская. – Оренбург: Оренбургский государственный педагогический университет, 2019. – С. 192-196.

220. Якель А.О. Речевой жанр "интернет-комментарий" в виртуальном дискурсе новых медиа / А. О. Якель // Культура в фокусе научных парадигм. – 2020. – № 10-11. – С. 389-394.

221. Bousfield, Derek (2008). *Impoliteness in Interaction*. Amsterdam: John Benjamins. Hardback. - 281pp.

222. Brown, Levinson 1987 – Brown P., Levinson S. *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. 358 p.

223. Culpeper, J. *Impoliteness: Using Language to Cause Offence* / J. Culpeper. - Cambridge: Cambridge University Press, 2011. - 292 p.

224. Van Dijk, Teun, A. and Kintsch, Walter. *Strategies of discourse comprehension*. Chap. 6. Macrostrategies. New York: Academic Press, 1983, P. 189-206.

225. Fraser B. Conversational mitigation // *Journal of pragmatics*. – 1980. – № 4. – P. 341–350.

226. Leech G. *Principles of Pragmatics*. – London: Longman, 1983. – 250 p.

227. Leech G. *The Pragmatics of Politeness*. – New York: Oxford University Press, 2014. – 368 p.

228. Locher M., Watts R. Politeness theory and relational work. *Journal of Politeness Research* 1, 2005. Pp. 9—33.

229. Shea V. *Netiquette: monograph* / V. Shea. – San Francisco: Albion Books, 1994. –160 p.

230. Spencer -Oatey, H. 2002. Managing rapport in talk: using rapport sensitive incidents to explore the motivational concerns underlying the management of relation. *Journal of Pragmatics* 5: 529-545.

231. 胡文龙. 中国新闻评论发展研究[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2001: 403.

232. 冉永平,刘平.从语言语用学到人际语用学看(不)礼貌的研究嬗变[J].外语教学,2021,42(04):31-36.

233. 索振羽.语用学教程.-北京:北京大学出版社,2000.-223页.
234. 索振羽.语用学教程.-北京:北京大学出版社,2014.-201页.
235. 王得杏.英语话语分析与跨文化交际.-北京.:北京语言文化大学出版社,1998.
236. 王琴、谭外元:《谈非自然意义理论的意图问题》,《山东外语教学》,2000,79(2).
237. 王世华.网络评论再认识:概念、分类、特征及意义[J].编辑之友,2014(10):48-51.
238. 王振业,李舒.新闻评论与电子媒介[M].北京:中国广播电视出版社,2004.
239. 严敏芬.汉语中不礼貌构式的社会与认知研究[D].上海外国语大学,2012.
240. 杨新敏,许海燕,尚香钰等.网络新闻评论研究[M].苏州:苏州大学出版社,2009.
241. 叶凤云,邵艳丽,张弘.基于行为过程的移动社交媒体用户信息质量评价实证研究[J].情报理论与实践,2016,39(04):71-77.
242. 赵曙光.中国网络评论:概念、发展与特点[J].青年记者,2019(09):9-12.
243. 赵曙光.中国网络评论:概念、发展与特点[J].青年记者,2019(09):9-12.
244. 朱曼殊等:《心理语言学》,华东师范大学出版社,1990年版.

### **Словари и энциклопедии**

245. Абрамов Н. Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений: ок. 5000 синоним, рядов: более 20000 синонимов / Н. Абрамов. – М.: Рус. словари, 1996. – 450 с.
246. Арапова Н.С. Эвфемизмы / Н.С. Арапова // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. – С. 590.
247. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М.: Советская энциклопедия, 1966.

248. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов. М.: Советская энциклопедия, 1966. 608 с.
249. Балыхина Т.М. Словарь терминов и понятий тестологии / Т.М. Балыхина. –М.: МГУП, 2000.– 160 с.
250. Баранов О.С. Идеографический словарь русского языка / О.С. Баранов. – М.: Издательство ЭТС, 1995.
251. Горте М.А. Фигуры речи: терминологический словарь. М.: ЭНАС, 2007. 208 с.
252. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка / В.И.Даль: В 4 т. – Т. 4: Р – Я. – М.: ОЛМА-пресс, 2004. – 575 с.
253. Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-образовательный. – М.: Рус. яз. 2000. – в 2 т. - 1084 с.
254. Кон И.С. Словарь по этике. 4-е издание. -М.: Политиздат, 1981. — 430 с.
255. Литературная энциклопедия. Словарь литературных терминов [Текст]: в 2 т. / под ред. Н. Бродского [и др.]. - Москва ; Ленинград : Л. Д. Френкель, 1925.
256. Марузо Ж. Словарь лингвистических терминов: пер. с фр. / предисл. В.А. Звегинцева. Изд. 2–е, испр. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 440 с.
257. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов и Н.Ю. Шведова; Рос. акад. наук, Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова. – 4–е изд., доп. – Москва: А ТЕМП, 2004. – 941 с.
258. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка : 72 500 слов и 7500 фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М.: Азъ Ltd, 1992. – 960 с. [Электронный ресурс] // URL: Ожегов С.И. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/116994> (дата обращения: 12.09.2022).
259. Ожегов С.И. Шведова Н.Ю. Большой толковый словарь. – Том 5. С-Я. – М.: Азъ, 1992. – 660 с.
260. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М.: Азбуковник, 1999. – 944 с.;

261. Прохоров А. М. Большая Советская Энциклопедия: в 30 т. Т. 25 / под ред.: А. М. Прохорова. – М.: Советская энциклопедия, 1976. – 600 с.;
262. Прохоров А.М. Большой энциклопедический словарь / гл. ред. А.М. Прохоров. – М.: Советская энциклопедия; Санкт-Петербург: Фонд "Ленингр. галерея", 2002. – 1628 с.
263. Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений / РАН. Ин-т рус. яз.; под общ. ред. Н. Ю. Шведовой. Том 3: Имена существительные с абстрактным значением. Бытие. Материя, пространство, время. Связи, отношения, зависимости. Духовный мир. Состояние природы, человека. Общество. – М.: Азбуковник, 2003. – 720 с.
264. Словарь лингвистических терминов: Изд. 5-е, исп. и доп. —Назрань: Изд-во "Пилигрим". Т.В. Жеребило. 2010.
265. Словарь языка интернета.ru / М.А. Кронгауз, Е.А. Литвин, В.Н. Мерзлякова и др.; под ред. М. А. Кронгауза. – М.: АСТ-Пресс, 2016. – 287 с.
266. Стариченок В.Д. Большой лингвистический словарь. – Ростов н/Д.: Феникс, 2008. – 811 с.
267. Ушаков Д. Большой толковый словарь русского языка. Современная редакция. – М.: Славянский Дом Книги, 2014. – 980 с.
268. Ушакова Д.Н. Толковый словарь русского языка / Под ред. Д.Н. Ушакова. М.: ОГИЗ, 1935.
269. Фразеологический словарь русского литературного языка [Электронный ресурс] // URL: [https://phraseology.academic.ru/2558/Мярко\\_говоря](https://phraseology.academic.ru/2558/Мярко_говоря) (дата обращения: 12.09.2022).
270. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. Изд-е 2-е. М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. 685 с.
271. Яценко Н.Е. Толковый словарь обществоведческих терминов / Н. Е. Яценко. – СПб.: Лань, 1999. – 528 с.
272. Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка / Гл. ред. С.А. Кузнецов. Первое издание: СПб.: Норинт, 1998.