

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Саратовский национальный исследовательский государственный университет
имени Н. Г. Чернышевского»



ЖАНРЫ РЕЧИ

Международный научный журнал

Издаётся с 1997 года
Выходит 4 раза в год
Саратов (Россия)

2025 Том 20 № 3 (47)

Speech Genres

International Journal

Published from 1997
4 issues per year
Saratov (Russia)

- Журнал «Жанры речи» зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-76706 от 02.09.2019 г.
- Подписной индекс издания 70771. Подписку на печатные издания можно оформить в Интернет-каталоге ГК «Урал-Пресс» (ural-press.ru). Цена свободная. Электронная версия находится в открытом доступе (zhanry-rechi.sgu.ru)
- Журнал включен в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук (категория К1, специальности: 5.9.1, 5.9.3, 5.9.5, 5.9.8)
- Журнал входит в ядро РИНЦ, включен в Russian Science Citation Index (RSCI) на платформе Web of Science
- Журнал входит в международные базы данных Scopus, ERIH PLUS, DOAJ

Редакционная коллегия

Главный редактор

В. В. Дементьев, доктор филол. наук, проф. (Саратов, Россия)

Заместитель главного редактора

Л. В. Балашова, доктор филол. наук, проф. (Саратов, Россия)

Ответственный секретарь

О. В. Кощеева, кандидат филол. наук, доц. (Саратов, Россия)

Члены редакционной коллегии:

В. М. Алпатов, доктор филол. наук, проф. (Москва, Россия)

Е. Ю. Викторова, доктор филол. наук, проф. (Саратов, Россия)

М. Еленевская, Ph.D., проф. (Хайфа, Израиль)

Е. Г. Елина, доктор филол. наук, проф. (Саратов, Россия)

В. И. Карасик, доктор филол. наук, проф. (Москва, Россия)

И. Э. Клюканов, Ph.D., проф. (Вашингтон, США)

Р. Лакофф, Ph.D., проф. (Беркли, США)

Т. В. Ларина, доктор филол. наук, проф. (Москва, Россия)

Э. Лассан, Ph.D., проф. (Каунас, Литва)

М. Макуховска, Ph.D., проф. (Ополе, Польша)

В. А. Маслова, доктор филол. наук, проф. (Витебск, Белоруссия)

А. Мустайоки, Ph.D., проф. (Хельсинки, Финляндия)

Б. Ю. Норман, доктор филол. наук, проф. (Минск, Белоруссия)

Н. В. Орлова, доктор филол. наук, проф. (Омск, Россия)

В. В. Прозоров, доктор филол. наук, проф. (Саратов, Россия)

Р. Ратмайр, Ph.D., проф. (Вена, Австрия)

В. А. Салимовский, доктор филол. наук, проф. (Пермь, Россия)

О. Б. Сиротинина, доктор филол. наук, проф. (Саратов, Россия)

М. Сифиану, Ph.D., проф. (Афины, Греция)

Т. И. Стексова, доктор филол. наук, проф. (Новосибирск, Россия)

З. К. Темиргазина, доктор филол. наук, проф. (Павлодар, Казахстан)

Р. Г. Тирадо, Ph.D., проф. (Гранада, Испания)

Хуан Мэй, Ph.D., проф. (Пекин, КНР)

Т. В. Шмелёва, доктор филол. наук, проф. (Великий Новгород, Россия)

Editorial Board

Editor-in-Chief

Vadim V. Dementyev (Saratov, Russia), <https://orcid.org/0000-0002-7532-5788>

Deputy Editor-in-Chief

Lubov' V. Balashova (Saratov, Russia), <https://orcid.org/0000-0002-3979-2143>

Executive Secretary

Olga V. Koshcheeva (Saratov, Russia), <https://orcid.org/0000-0002-8506-0867>

Members of the Editorial Board:

Vladimir M. Alpatov (Moscow, Russia), <https://orcid.org/0000-0003-4323-2832>

Elena G. Elina (Saratov, Russia), <https://orcid.org/0000-0002-9797-3145>

Vladimir I. Karasik (Moscow, Russia), <https://orcid.org/0000-0001-8306-5317>

Robin Lakoff (Berkeley, USA)

Igor E. Klyukanov (Washington, USA), <https://orcid.org/0000-0003-2240-0980>

Tat'yana V. Larina (Moscow, Russia), <https://orcid.org/0000-0001-6167-455X>

Eleonora Lassan (Kaunas, Lithuania), <https://orcid.org/0000-0001-9415-9757>

Marzena Makuchowska (Opole, Poland), <https://orcid.org/0000-0003-1357-2211>

Valentina A. Maslova (Vitebsk, Belarus), <https://orcid.org/0000-0001-8717-9231>

Mei Huang (Beijing, China), <https://orcid.org/0000-0003-3580-0107>

Arto Mustajoki (Helsinki, Finland), <https://orcid.org/0000-0002-6609-7090>

Boris Y. Norman (Minsk, Belarus), <https://orcid.org/0000-0001-8520-5387>

Natalia V. Orlova (Omsk, Russia), <https://orcid.org/0000-0003-1761-4765>

Valery V. Prozorov (Saratov, Russia), <https://orcid.org/0000-0002-6386-0759>

Renate Rathmayr (Vienna, Austria), <https://orcid.org/0000-0003-3038-2276>

Vladimir A. Salimovsky (Perm, Russia), <https://orcid.org/0000-0002-4925-2490>

Tat'yana V. Shmelyova (Velikiy Novgorod, Russia), <https://orcid.org/0000-0002-3360-0518>

Maria Sifianou (Athens, Greece), <https://orcid.org/0000-0002-3231-937X>

Olga B. Sirotinina (Saratov, Russia), <https://orcid.org/0000-0002-3258-4536>

Tat'yana I. Steksova (Novosibirsk, Russia), <https://orcid.org/0000-0003-4275-7450>

Zifa K. Temirgazina (Pavlodar, Kazakhstan), <https://orcid.org/0000-0003-3399-7364>

Rafael Guzman Tirado (Granada, Spain), <https://orcid.org/0000-0002-4615-6436>

Elena Yu. Viktorova (Saratov, Russia), <https://orcid.org/0000-0002-3989-1897>

Maria Yelenevskaya (Haifa, Israel), <https://orcid.org/0000-0001-7155-8755>

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие приглашенного редактора 220

Общие проблемы теории речевых жанров

Карасик В. И. Москва, Россия	Тонально-прагматические характеристики вежливости и антивежливости в разных речевых жанрах 222
Шаронов И. А. Москва, Россия	Фатические единицы языка и теория речевых жанров 231
Алпатов В. М. Москва, Россия	Письменные и устные жанры в японском языке: способы интерпретации информации и вежливость 239

Исследования отдельных жанров

Лаврентьева Е. В., Стексова Т. И. Новосибирск, Россия	Трансформация жанра «публичное извинение» 244
Волкова Я. А. Москва, Россия, Панченко Н. Н. Волгоград, Россия	Границы (анти)вежливости в речевом жанре научной рецензии 254
Шилихина К. М. Воронеж, Россия	Речевой жанр «замечание» на шкале «вежливости – антивежливости» 265
Шмелева Т. В. Великий Новгород, Россия	Вежливость врача в зеркале потребительских отзывов 273
Иссерс О. С. Омск, Россия	Оценка коммуникативных навыков и профессионального такта врача как жанрообразующий признак отзыва о медицинских услугах 280
Ларина Т. В., Литвинова А. В. Москва, Россия	Речевой жанр «отказ» в американской и русской деловой коммуникации в аспекте эмотивной вежливости 290
Леонтович О. А. Москва, Россия	Сомнительный комплимент в жанровой структуре межличностной коммуникации 300

Интернет-жанры

Брагина Н. Г., Васютина Е. В. Москва, Россия	Жанр видеоизвинения в контексте современной этики и вежливости 309
Дубровченко Е. М. Минск, Беларусь	Соотношение приватного и публичного в жанре читательского комментария 319
Шульгинов В. А. Москва, Россия	Императивный интернет-комментарий как особый жанр конфликтной интернет-коммуникации 327
Бредихин С. Н., Авеев Е. А., Воробьев С. М. Ставрополь, Россия	Реализация речевой агрессии в жанре интернет-комментария в социальных сетях фронтирных регионов: речеактовая стратификация, лексическое наполнение и тематическая направленность 337
Шеховцева Е. Н. Астрахань, Россия, Кожухова И. В. Челябинск, Россия	Инфоцыганский дискурс: речевые жанры, стратегии, тактики (на материале русского языка) 351

CONTENTS

Guest editor's foreword	220
-------------------------------	-----

General Problems of the Speech Genres Theory

Karasik V. I. Moscow, Russia	Tonal-pragmatic characteristics of politeness and impoliteness in different speech genres	222
Sharonov I. A. Moscow, Russia	Phatic units of language and the theory of speech genres	231
Alpatov V. M. Moscow, Russia	Written and oral genres in the Japanese language: Ways of interpreting information and politeness	239

Studies of Individual Genres

Lavrentyeva E. V., Steksova T. I. Novosibirsk, Russia	Transformation of the genre "public apology"	244
Volkova Ya. A. Moscow, Russia, Panchenko N. N. Volgograd, Russia	The boundaries of (anti-)politeness in the speech genre of scientific review	254
Shilikhina K. M. Voronezh, Russia	Speech genre "zamechanie" on the scale of "politeness – anti-politeness"	265
Shmeleva T. V. Veliky Novgorod, Russia	Politeness of a doctor in the mirror of consumer reviews	273
Issers O. S. Omsk, Russia	Assessment of doctor's communication skills and professional tact as a genre-forming feature of a review of medical services	280
Larina T. V., Litvinova A. V. Moscow, Russia	The speech genre of refusal in American and Russian business communication in terms of emotive politeness	290
Leontovich O. A. Moscow, Russia	Back-handed compliment in the genre structure of interpersonal communication	300

Internet Genres

Bragina N. G., Vasyutina E. V. Moscow, Russia	The genre of video apology in the context of contemporary ethics and politeness	309
Dubrovchenko E. M. Minsk, Belarus	Correlation of the private and public in the genre of the reader comment	319
Shulginov V. A. Moscow, Russia	Imperative internet comment as a special genre of conflict internet communication	327
Bredikhin S. N., Avdeev E. A., Vorobiev S. M. Stawropol, Russia	Implementation of speech aggression in the genre of Internet commentary in social networks of frontier regions: Speech act stratification, lexical content and thematic focus	337
Shekhovtseva E. N. Astrakhan, Russia, Kozhukhova I. V. Chelyabinsk, Russia	Online conman discourse: Speech genres, strategies, tactics (based on the Russian language)	351

Тематический выпуск
ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ
ВЕЖЛИВОСТИ
И АНТИВЕЖЛИВОСТИ

Thematic issue
GENRE-SPECIFIC FEATURES
OF POLITENESS
AND IMPOLITENESS

Предисловие приглашенного редактора

Идея рассмотрения вежливости в разных речевых жанрах уже давно витает в воздухе, однако до сих пор она была представлена эпизодическими высказываниями в работах на разные темы. В настоящем номере журнала впервые собраны воедино статьи, в которых всесторонне рассматриваются жанровые характеристики вежливости.

Сегодня исследования вежливости не ограничиваются анализом исключительно только этикетных формул и не носят прескриптивный характер – они давно уже проводятся с позиций дискурс-анализа, учитывающего социальный контекст и коммуникативную ситуацию, связь с устоявшимися в обществе этическими нормами и ценностными ориентирами. При этом ученые обращают внимание на характер иерархических отношений, представления о такте и бес tactности, степень кооперативности и конфликтности, а также нормы политической корректности. Рассматриваются эксплицитные и имплицитные средства выражения вежливости, тональность и регистр общения, коммуникативные стратегии и тактики.

Некоторые речевые акты и жанры тяготеют к вежливому общению (например, просьба, комплимент, похвала, светская беседа) либо, напротив, воспринимаются как невежливые (оскорбление, обвинение, угроза, колкость, ссора, упрек, ультиматум), однако очевидно, что подобное деление не может считаться универсальным: во-первых, существуют «серые зоны» – речевые акты и жанры, которые амбивалентны и могут проявлять неодинаковую степень вежливости в разных ситуациях общения. Во-вторых, вышеперечисленные жанры могут приобретать разные характеристики в зависимости от социального контекста. Использование вежливости не всегда позитивно – она может выступать как способ дистанцирования от собеседника, средство манипуляции, выражения недовольства, снятия фамильярности, желания указать собеседнику его место в социальной иерархии. Место жанров на шкале «вежливость – невежливость – антивежливость» диктуется нормами культуры и зависит от сферы общения, состава коммуникантов и взаимоотношений между ними.

В собранных в этом номере статьях рассматривается широкий спектр вопросов, которые связаны с проявлениями (не)анти)вежливости в разножанровых текстах, функционирующих как в реальной, так и виртуальной среде.

В статье В. И. Карасика анализируются тонально-прагматические характеристики вежливости и антивежливости в разных речевых жанрах. Относительность вежливости находит отражение в предлагаемой автором условной шкале вежливости, на разных полюсах которой находятся акцентированная вежливость и демонстративная невежливость, а промежуточными вариантами являются стандартная вежливость и незначительные отклонения от норм вежливого поведения.

И. А. Шаронов рассматривает средства фатической коммуникации, используемые в субжанрах бытовых диалогов. В статье предлагается типология языковых единиц, которые служат для поддержания бесперебойного процесса коммуникации и «накладываются» на информативный компонент микродиалога: вокативы, диалогические дискурсивы, вопросительные пост-частицы, формулы речевого этикета, коммуникативы.

В работе В. М. Аллатова показано использование разных форм вежливости в японских письменных и устных жанрах. Обсуждаются различия, связанные с линейным восприятием устной речи и нелинейным восприятием письменного текста, проблема снятия омонимии в устном общении, наличие дополнительных средств выразительности в письменных текстах.

Анализируя соотношение приватного и публичного в читательских комментариях к газетным публикациям, Е. М. Дубровченко отмечает, что выбор коммуникативной дистанции осуществляется через тематику, способ самоидентификации коммуниканта и обращения к аудитории, стиль, использование эмодзи, символов и разного рода лексических маркеров.

Я. А. Волкова и Н. Н. Панченко рассматривают вежливость и антивежливость в жанре научных рецензий по таким параметрам как позиции участников, коммуникативно-прагматические отношения между ними и конфликтогенный потенциал, сопряжённый с критическим осмыслением чужого научного продукта.

В исследовании К. С. Шилихиной аргументируется статус замечания как специфического жанра, несущего угрозу «позитивному» лицу адресата, поскольку, делая замечание, говорящий указывает на несоответствие поведения адресата принятым в обществе установкам и нормам.

Работа Т. В. Лариной и А. В. Литвиновой посвящена отказу, трактуемому как нежелаемое речевое действие, которое, в целях осуществления эффективной и бесконфликтной коммуникации, требует смягчения. Сравнивая функционирование жанра в американском и русском контексте, они приходят к выводу, что для американского отказа характерны большая позитивность, эмотивность и многословие, в то время как русский отказ более краток, информативен и лишен эмоциональной чувствительности.

В статьях О. С. Иссерс и Т. В. Шмелевой анализируются интернет-отзывы о медицинских услугах. Т. В. Шмелева фокусирует свое внимание на аспектах деятельности врача, позитивно оцениваемых с точки зрения вежливости: готовности к общению, значимости невербальных средств (например, улыбки), перлокутивных эффектах вежливых высказываний. О. С. Иссерс, в свою очередь, рассматривает не только позитивные, но и негативные факторы, которые она называет рискогенными: хамство, отсутствие объяснений и установки на кооперативное общение.

Е. В. Лаврентьева и Т. И. Стексова показывают трансформацию публичного извинения, которое под влиянием социокультурных и экономических изменений приобретает новые жанрообразующие характеристики. Н. Г. Брагина и Е. В. Васютина исследуют формы и языковые особенности поликодового жанра видеозвинения, связанного с нарушением принятых в социуме норм этики и соотносимых с ними норм вежливых речевых действий и моделей поведения. Е. Н. Шеховцова и И. В. Кожухова рассматривают жанр инфоцыганства как особый вид маркетинговой дискурсивной практики.

Значимыми для понимания механизмов социального взаимодействия также являются размышления о речевой агрессии, источниках конфликтогенности, тиражирующих «привокативный, инвективный и враждебный контент» в жанре комментариев пользователей социальных сетей (С. Н. Бредихин, Е. А. Авдеев, С. Н. Воробьев). В. А. Шульгинов показывает, что языковые особенности жанра императивных интернет-комментариев включают использование сниженных экспрессивных номинаций людей, искажение написания и элементы экспрессивного синтаксиса.

Особое место среди объектов исследований занимает шутливая, ироническая (не/анти)вежливость. О. А. Леонтович анализирует тактики и языковые механизмы сомнительного комплимента, который с точки зрения интенциональности представлен двумя типами: 1) неуклюжие комплименты, свидетельствующие о языковой либо эмоциональной некомпетентности говорящего; 2) скрытые оскорблении.

Будем надеяться, что затронутые в номере проблемы помогут разработать системные методологические подходы к рассмотрению вежливости в разножанровых текстах, создать алгоритмы анализа соответствующего языкового материала, выявить еще не затронутые области исследования, а также породить идеи для дальнейших изысканий.

Ольга Аркадьевна Леонтович
Olga A. Leontovich

ОБЩИЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ РЕЧЕВЫХ ЖАНРОВ

Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 222–230

Speech Genres, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 222–230

<https://zhanry-rechi.sgu.ru> <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-222-230>, EDN: BBROTV

Научная статья

УДК 811.161.1'27'38'42

Тонально-прагматические характеристики вежливости и антивежливости в разных речевых жанрах

В. И. Карасик

¹Государственный институт русского языка имени А. С. Пушкина, Россия, 117485, г. Москва, ул. Академика Волгина, д. 6

²Московский государственный лингвистический университет, Россия, 119034, г. Москва, ул. Остоженка, д. 38, стр. 1

Карасик Владимир Ильич, доктор филологических наук, профессор, ¹профессор кафедры общего и русского языкознания, ²профессор кафедры русского языка как иностранного, vkarasik@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8306-5317>

Аннотация. Рассматриваются тонально-прагматические характеристики вежливости и антивежливости, выражающие доброжелательное либо недоброжелательное, серьезное либо несерьезное отношение к коммуникативному партнеру в личностном либо статусном дискурсе. В основу работы положено предположение о том, что существует жанровая специфика выражения вежливости. Важным индикатором этнокультурной специфики вежливости является приоритетность уважительного отношения к своим либо чужим. Вежливость представляет собой градуальное коммуникативное явление. Такая градация позволяет построить условную шкалу вежливости, полюсами этой шкалы являются акцентированная вежливость и демонстративная невежливость, между этими пределами существуют точки стандартной вежливости и незначительного отклонения от норм вежливого поведения. Некоторые речевые жанры, в частности приглашения, выступают в качестве клишированных форм вежливого поведения. Акцентированная вежливость обычно является формальной и может быть индикатором угрозы. Демонстративная невежливость проявляется в двух основных форматах – грубое и насмешливое поведение. В эпоху постмодерна тонально-прагматическое осмысление вежливости может карнавально переворачивать ее в язвительно-насмешливое отношение к адресату. Демонстративная шутливая невежливость может выступать в качестве индикатора принадлежности к своим, обычно у людей с низким социальным статусом.

Ключевые слова: вежливость, тональность, уважение, доброжелательность, грубость, насмешка

Для цитирования: Карасик В. И. Тонально-прагматические характеристики вежливости и антивежливости в разных речевых жанрах // Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 222–230. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-222-230>, EDN: BBROTV

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Tonal-pragmatic characteristics of politeness and impoliteness in different speech genres

V. I. Karasik

¹Pushkin State Russian Language Institute, 6 Acad. Volgin St., Moscow 117485, Russia

²Moscow State Linguistic University, 38/1 Ostozhenka, Moscow 119034, Russia

Vladimir I. Karasik, vkarasik@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8306-5317>

Abstract. The paper deals with tonal and pragmatic characteristics of politeness and anti-politeness expressing benevolent or unfriendly, serious or non-serious attitude to the communicative partner in personal or status

discourse. The paper is based on the assumption that there is a genre specificity of politeness expression. An important indicator of the ethno-cultural specificity of politeness is the priority of respectful attitude towards in-group and out-group members. Politeness is a graded communicative phenomenon. Such gradation makes it possible to construct a conventional scale of politeness. The opposite poles of this scale are accentuated politeness and demonstrative impoliteness, between which there are points of standard politeness and insignificant deviations from the norms of polite behavior. Some speech genres, particularly invitations, act as clichéd forms of polite behavior. Accentuated politeness is usually formal and can be an indicator of threat. Demonstrative impoliteness manifests itself in two main formats – rude and mocking behavior. In the postmodern era, tonal and pragmatic conceptualization of politeness can turn it into sarcastic and mocking behavior towards the addressee. Demonstrative jocular impoliteness can act as an indicator of in-group communication, usually in people of low social status.

Keywords: politeness, tone, respect, benevolence, rudeness, mockery

For citation: Karasik V. I. Tonal-pragmatic characteristics of politeness and impoliteness in different speech genres. *Speech Genres*, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 222–230 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-222-230>, EDN: BBROTV

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Введение

Одним из возможных подходов к изучению вежливости является определение и описание ее тональных признаков в разных типах дискурса и разных речевых жанрах. Под коммуникативной тональностью понимается эмоционально-стилистическая характеристика общения. Вежливость и невежливость в общении можно описать с позиций анализа ее тонально-прагматических характеристик. Эти характеристики соответствуют личностному либо статусному типу дискурса, доброжелательному и недоброжелательному эмоциональному вектору общения, серьезному либо шутливому модусу коммуникации. В качестве материала использовалась карточка записей устной речи.

Содержательные характеристики вежливости

Вежливость является важным регулятором коммуникации, и поэтому ее изучению посвящены исследования многих лингвистов [1–32]. В содержательном плане вежливость представляет собой коммуникативную систему способов демонстрации уважения к партнеру. В словарной дефиниции показаны следующие признаки вежливости: «вежливый – 1) такой, который умеет себя вести и соблюдает принятые правила хорошего поведения; 2) такой, который соответствует правилам хорошего поведения, выражает уважение к окружающим людям» (БУСРЯ). В свою очередь уважение определяется как «1) доброе чувство по отношению к какому-л. человеку, какому-л. сообществу, основанное на высокой оценке их качеств, действий, признаниях их достоинств, заслуг; 2) внимание, предупредительность по отношению к кому-чemu-л.; 3) признание чего-л. как достоинства»

(БУСРЯ). Вежливое поведение противопоставляется невежливому (грубому). Более точное описание вежливости позволяет выделить три типа ситуаций: требующие и не требующие демонстрации вежливости, первые при этом распадаются на соблюдение и нарушение норм вежливого поведения. В качестве системы правил вежливость закреплена в нормах этикета. Детально описаны языковые средства выражения вежливости, речеактовая структура этой категории и ее этнокультурная специфика.

Типичными речевыми жанрами вежливости являются хорошо изученные в лингвистике приветствия, благодарности, извинения, приглашения, поздравления и соболезнования.

Отметим, что эти речевые жанры имеют этнокультурную специфику, в ряде случаев требующую толкования. Например, в некоторых традиционных сообществах не следует благодарить близких людей (*No thanks between fiends*), поскольку выраженная благодарность может быть проинтерпретирована как сомнение в том, что от близкого человека ожидали помощи.

Требует комментария и приглашение, в частности, в американском коммуникативном поведении фразы при прощании со значением «Надо встретиться!» просто выражают доброе отношение к партнеру по коммуникации и не предполагают буквального осмыслиения. Здесь важно понимать, что по нормам поведения среднего класса неожиданное посещение гостей без приглашения является нарушением не только этикета, но и вежливости вообще – в гости приходят только по приглашению.

Обратим внимание на приглашение в статусном дискурсе:

Dear colleagues, we are delighted to extend our invitation to you for the publication of your

esteemed scientific papers in the upcoming issue of our journal. – Дорогие коллеги, мы рады направить вам приглашение для публикации ваших уважаемых научных работ в предстоящем номере нашего журнала.

Такая акцентированная вежливость является показателем известной формальности приглашения.

Вежливость и антивежливость в личностном дискурсе

Личностное общение осуществляется между людьми, которые хорошо знают друг друга, обычно в таких случаях поддерживается дружеская коммуникативная дистанция, для которой характерны разговорные выражения и нераспространенные синтаксические конструкции [33]. На такой дистанции проявляется позитивная вежливость, установка на то, что адресат будет рад оказать любую услугу тому, кто считает его близким человеком:

Посмотри, у тебя есть Степанов – концепты? Пришли мне, не могу найти.

Участники общения понимают, что речь идет об электронной версии монографии известного отечественного лингвиста.

Сравним с текстом письма магистранта своему преподавателю:

Я предупреждала Вас на лекции, что напишу Вам. У меня к Вам огромная просьба. Знаю, что Вы наверняка писали статьи по коммуникативной компетенции и её структуре. У меня работа по мультифилям, и очень сложно найти в Интернете что-то стоящее.

Вежливая просьба в приведенном тексте выражена в формате социальной дистанции, перед нами развернутая структура этого коммуникативного действия: вербализация пресуппозиций, обоснование просьбы и ее квалификация.

Заслуживает внимания комментарий английского коллеги Р. Брайана, который работал в совместном предприятии в России и сделал интересные выводы о специфике различия в общении носителей английской и русской культур:

И в России, и в Британии люди ведут себя вежливо или невежливо в разных ситуациях, но основное различие между нами состоит в том, что вы более вежливы со своими, чем с чужими, а мы, наоборот, более вежливы с чужими, чем со своими.

Нельзя считать это наблюдение бесспорным, но в нем есть культурологически важная констатация типичных установок поведения: мы в первую очередь демонстрируем симпатию и уважение к тем, кто нам близок,

в то время как носители английской культуры (во всяком случае, представители среднего класса) стремятся продемонстрировать соблюдение правил уважительного общения со всеми людьми. Эти установки логически связаны и с типичным выражением лица: улыбка у представителей нашего сообщества предназначена для своих, для тех, кто нам близок, а носители английского языка демонстрируют симпатию ко всем [34]. Отсюда вытекает вывод о том, что в традиционном поведении в России личностный, приватный модус общения более важен, чем коммуникация в публичном пространстве, в то время как вежливость по-английски предполагает приоритетность поддержания уважительности как гарантии безопасного и комфорtnого общения.

Такое коммуникативное поведение отчасти можно объяснить прототипным локусом проживания людей: живущие в деревне хорошо знают друг друга, им нет смысла поддерживать внешний декорум, а жители городов в большей степени ориентированы на соблюдение формальной и даже акцентированной вежливости. Это объяснение относится и к известному требованию эмоционального самоконтроля: в сообществе людей, привыкших общаться на сокращенной дистанции, имитация уважения моментально разгадывается и не является целесообразной, нужно быть искренним, а в дисперсном большом совместном проживании определенная степень такого самоконтроля является необходимой нормой поведения.

Это правомерно и в отношении замкнутых сообществ. В одном из выступлений известный автор иронических четверостиший И. Губерман, которому пришлось провести некоторое время в местах заключения, рассказал о том, как его отучили от формальной вежливости на зоне:

Ты хороший парень, но еще раз скажешь «пожалуйста», получишь заточку под ребро.

Вежливые выражения в этом сообществе воспринимаются как насмешка или демонстрация дистанции между коммуникантами.

Важной характеристикой общения как в личностном, так и в статусном типах дискурса является демонстрация доброжелательного и недоброжелательного отношения к партнеру [35, 36]. Вежливость в разных жанрах дискурса может выражать такое отношение к собеседнику прямо либо завуалированно, с одной стороны, и серьезно либо несерьезно, с другой стороны.

Приведем пример прямого искреннего выражения доброжелательного отношения к собеседнику в личностном дискурсе:

Привет! Сто лет тебя не видел! Как у тебя дела? – Привет, дружище! Как время летит...

Недоброжелательное отношение к собеседнику выражается в конфликтном дискурсе, для которого характерны знаки намеренно-го нарушения вежливости или формального соблюдения уважительного отношения к коммуникативному партнеру:

Где ты шлялся? Мы уже всем позвонили, чуть ли не в морг, что, нельзя было предупредить? – Да что же вы за мной следите, как за ребенком! Я что, с друзьями погулять не могу?

А, добрый вечер, хотя уже скоро полночь. Батарейка, наверно, села, да? – Да ладно, перестань.

Подросток пришел домой поздно, родители сильно волновались. Можно увидеть различные способы выражения неодобрительного отношения к нему.

Вежливость и антивежливость в статусном дискурсе

Статусный модус вежливого общения предполагает поддержание социальной дистанции как условия контакта с человеком, которого говорящий не относит к группе близких людей.

Извините, у меня автомат захватил мою карточку. Хотел пополнить ее. Можно ли ее вернуть? – Банковскую? – Нет, «Тройку». – Позвоните по телефону возле кассы, сюда приедет дежурный и вернет вам вашу карточку. – Спасибо.

В этом диалоге между пассажиром и сотрудником метро пассажир обращается за помощью к официальному лицу в ситуации, требующей профессиональной компетенции. В диалоге поддерживается официальный стиль общения, уточняются детали проблемы и предлагается алгоритм действий. Пассажир использует извинение как способ обращения к сотруднику. Общение завершается выражением благодарности.

Вежливое общение между людьми в официальной ситуации требует вербализации причины диалога, подтверждения уважительности и акцентированного выражения позиций коммуникантов. Например, при обсуждении проблемы во время рабочего совещания:

Ольга Алексеевна, вы нас задерживаете, ваша кафедра до сих пор не представила информацию о повышении квалификации сотрудников за последние три года. Информация была разослана всем уже неделю назад. – Я всем написала, сегодня должны были все откликнуться, остался только Жуков, у него что-то с компьютером, наверно.

В этом обмене репликами мы видим изложение проблемы, прямое выражение замечания со стороны руководителя своему подчиненному и оправдание со стороны сотрудника. Участники общения знакомы друг с другом и за стенами кабинета поддерживают общение на сокращенной дистанции, но в рамках официальной ситуации они в развернутой форме излагают сущность обсуждаемых вопросов. В этом диалоге нет формальных знаков выражения вежливости, но подразумевается, что участники общения относятся с уважением друг к другу, обсуждая производственные вопросы.

Доброжелательное отношение в статусном дискурсе так же проявляется в искреннем либо формальном выражении вежливости:

Высокий уровень выполненной работы дает возможность оппоненту поставить перед уважаемым доктором наук, профессором NNN, за внимательное прочтение нашей работы, ее положительную оценку и замечания, которые дают нам возможность остановиться на основных результатах докторской работы.

... – Разрешите поблагодарить нашего уважаемого оппонента, доктора филологических наук, профессора NNN, за внимательное прочтение нашей работы, ее положительную оценку и замечания, которые дают нам возможность остановиться на основных результатах докторской работы.

Недоброжелательное отношение к участникам общения в официальной ситуации выражается в стандартных фразах:

Наши уважаемые партнеры, вероятно, полагают, что у нас безграничное терпение.

При всем уважении к вам я должен сказать, что не могу, к сожалению, считать ваши доводы обоснованными.

В английском языке заслуживает внимания этикетная фраза, которую произносят нижестоящие участники диалога, выражая свое несогласие с начальником: *With due respect, sir...*

В жанре рецензии обычно соблюдаются этикетные способы выражения уважительности и вежливости по отношению к оцениваемому тексту и его автору. Приведу пример заключения в оценке заявки, поданной на грант:

Применение критического дискурс-анализа направлено на то, чтобы выявить и описать не только лексические и грамматические особенности языковой легитимизации, но и скрытые стратегии речевого воздействия и манипулирования. Эта проблематика детально описана в современных отечественных исследованиях, посвященных проблемам манипуляции в политическом дис-

курсе. Авторы заявки имеют определенный задел по теме исследования, однако в целом научный уровень проекта представляется недостаточным для его поддержки.

Можно увидеть, что рецензент выражает неодобрительное отношение к заявке на грант, объясняя свое решение тем, что в проекте нет научной новизны, но стилистика документа формально является уважительной по отношению к авторам заявки и соответствует нормам академической этики.

Заслуживает внимания форсированная статусная вежливость в объявлениях:

Убедительно просим посетителей зоопарка не кормить животных.

We kindly remind you that the customer account data is confidential. Напоминаем, что данные, касающиеся учетной записи клиента, являются конфиденциальными.

Обратим внимание на то, что наречие *kindly* в подобных текстах не переводится на русский язык.

Разновидностью акцентированной вежливости является использование прямого описания как индикатора угрозы. Сравним:

Прошу вас покинуть аудиторию. – Я вежливо прошу вас покинуть аудиторию.

Второй вариант имплицирует предупреждение: следующее действие будет невежливым.

Несерьезное выражение вежливости и невежливости

Как уважение, так и неуважение к адресату может выражаться серьезно и несерьезно. Обратимся к несерьезному выражению вежливости и невежливости.

Заслуживает внимания следующий пассаж, в котором рассказывается о том, как замечательный актер А. Ширвиндт, будучи в преклонном возрасте, пришел на консультацию к известному врачу-академику:

А потом меня навели на замечательного академика, предупредив, что он никого не принимает, но меня откуда-то знает и готов беседовать.

Я собрал полное собрание сочинений анализов мочи и поехал куда-то в конец шоссе Энтузиастов.

Особняк, тишина, ходят милые кривоно-*гие* дамы в пластмассовых халатах. Ковры, огромный кабинет. По стенам благодарственные грамоты от Наполеона, от Петра I, от Навуходоносора... И сидит академик в золотых очках.

– Сколько вам лет? – говорит.

– Да вот, – говорю, – четыреста будет.

– Мы, значит, ровесники, я младше вас на год.

Когда он увидел мою папку анализов, взмахнул руками: «Умоляю, уберите». Мне это уже понравилось. Заглядывать в досье не стал. «А что у вас?» Я говорю:

- Во-первых, коленки болят утром.
- А у меня, наоборот, вечером. Что еще?
- Одышка.
- Ну это нормально.
- Я стал быстро уставать.
- Правильно. Я тоже. В нашем возрасте так и должно быть.

И я успокоился. Раз уж академик медицины чувствует себя так же, как и я, то о чем тогда говорить? На прощание я сказал, что бросил курить.

Он посмотрел на меня через золотые очки:

– Дорогой мой, зачем? В нашем возрасте ничего нельзя менять и ничего нельзя бросать. Доживаем как есть.

Я поцеловал его в грамоты и ушел.
(https://dzen.ru/a/YONdu_ccZRUDSQET).

Несомненная самоирония видна в описании собственного состояния. Партнер по коммуникации по-философски спокойно относится к тому, что сообщает ему пациент.

В наше время вежливость часто становится предметом карнавального ироничного переосмысливания. Показательно стихотворение известного современного поэта Игоря Иртеньева «Приглашение в Мытищи»:

Если дома нету пищи, / Газа, света и воды – / Приезжайте к нам в Мытищи, / Полчаса до нас езды.

Вас накормят, и напоят, / И оставят ночевать, / Обогреют, успокоят, / Руки будут целовать.

Все недуги вам излечат, / Все условия создадут, / И работой обеспечат, / И семьей обзаведут.

И детей пристроят в ясли, / Как родятся, сей же час, / Словно сыр, кататься в масле / Вы здесь будете у нас.

А когда на этом свете / Вы устанете душой, / Напечатают в газете / Некролог про вас большой.

Место тихое подыщут, / Добрым словом помянут, / Приезжайте к нам в Мытищи / Хоть на несколько минут!

Ирония в этом тексте переходит в абсурд.

Знаком нашего времени стал новый жанр «Вредные советы», его придумал Григорий Остер, чтобы через карнавальное переворачивание различных правил поведения напомнить о них юным читателям. Например:

Если ты пришёл к знакомым, не здоровайся ни с кем. Слов «пожалуйста», «спасибо» никому не говори, отвернись и на вопросы ни на чьи не отвечай. И тогда никто не скажет про тебя, что ты болтун.

Если друг твой самый лучший поскольку упал, покажи на друга пальцем и хватайся за живот. Пусть он видит, лёжа в луже, – ты ничуть не огорчён. Настоящий друг не любит огорчать своих друзей.

Если ты в своём кармане ни копейки не нашёл, загляни в карман к соседу, – очевидно, деньги там.

Подобные шутливые тексты не только напоминают о правильном поведении, показанном в кривом зеркале, но и выражают в шутливой грубоватой форме неприятие прямой назидательности, перекликаясь с антипословицами – речениями, пародирующими пословицы:

Любишь кататься, катись к чертовой матери! (Любишь кататься, люби и саночки возить); Одна голова хорошо, а с мозгами лучше (Одна голова хорошо, а две лучше); Тяжело в лечении, легко в гробу (Тяжело в учении, легко в бою) и др.

Такие речения в определенной мере приближаются к пустоговоркам – высказываниям, заполняющим паузы, когда нечего сказать. Например:

«Так», – сказал бедняк; Как дела? – У нас делишки, дела у прокурора; «Да будет свет», – сказал электрик и перерезал провода и др.

Отметим, что в подобных коммуникативных ситуациях вежливое поведение требует от участников общения просто помолчать.

Традиционно к числу распространенных способов выражения вежливости относятся поздравления – речевой жанр, назначением которого является демонстрация внимания и доброго отношения к адресату. Поздравления делятся на устные и письменные, личные и коллективные, приватные и публичные, календарные и приуроченные к особым событиям в жизни отдельных людей и организаций.

Наряду с вежливыми поздравлениями существует своеобразный жанр поздравлений язвительных, или «укусных», назначение которых уколоть адресата, заставить его испытать неприятные чувства. С некоторыми оговорками эти антивежливые коммуникативные поступки можно сопоставить с жанром колкости – антиподом комплимента. Этот жанр язвительных квази-поздравлений является сравнительно новым в русской лингвокультуре, он пришел из викторианской Англии, где было принято так шутить. Такие открытки (обычно с карикатурным изображением) отправлялись, чтобы испортить настроение получателям. Например:

Miss Nosey

On account of your talk of others' affairs / At most dances you sit warming the chairs, / Because of the care with which you attend / To all others' business you have not a friend.

Из-за своих разговоров о чужих делах / На большинстве танцев вы сидите, подогревая стулья, / Из-за тщательности, с которой вы следите / За всеми чужими делами, у вас нет друга.

Такие люди всегда вызывают критику, сплетники никому не нравятся.

Более свежий пример – язвительное поздравление с днем рождения. Открытка представляет собой письмо с двумя страничками. На первой написано: *You have everything – wisdom, respect, money, friends*, а на второй крупным шрифтом выделено: *and AGE!* – У тебя есть всё – мудрость, уважение, деньги, друзья – и ВОЗРАСТ! Такой текст воспринимается как обидная констатация в западной культуре, для которой молодость является самым лучшим периодом жизни. На Востоке так не считают, справедливо полагая, что у каждого возраста есть свои достоинства. Заметим, что такое восторженное отношение к молодости свойственно и на Западе не всем: это характерно прежде всего для представителей низкого социального слоя общества, для тех, кто вряд ли чего-то достигнет в жизни и для кого главные ценности сводятся к физическим удовольствиям.

Приведу текст современной отечественной «укусной валентинки», размещенной в интернете:

Увидела твою новую девушку и поняла, что ты хороший человек, ведь внешность для тебя не главное.

Девушка пишет своему бывшему другу интернет-сообщение, в котором критически оценивает внешность его новой подруги и тем самым констатирует, что считает себя более красивой.

Демонстративная антивежливость может быть шутливой, так ведут себя люди, которые любят поддразнивать своих друзей:

Привет, чудо в перьях! – Здорово, охломон!

Лексика может быть не только разговорной, но и вульгарной, но подобные приветствия произносятся с дружеской улыбкой, и коммуниканты понимают, что это игровое коммуникативное поведение. Как правило, так ведут себя люди с относительно низким социальным статусом, подростки, и те, кто хорошо знает своего собеседника.

Заключение

Тонально-прагматические характеристики вежливости и антивежливости состоят в выражении доброжелательного либо недоброжелательного, серьезного либо несерьезного отношения к коммуникативному партнеру в личностном либо статусном дискурсе. Важным индикатором этнокультурной специфики вежливости является приоритетность уважительного отношения к своим либо

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Азнабаева Л. А. Принцип вежливости в английском диалоге : монография. Уфа : Изд-во Башк. ун-та, 2005. 198 с.
2. Аллатов В. М. Категории вежливости в современном японском языке. М. : Наука, 1973. 110 с.
3. Белютина Ю. А. Английская невежливая речь : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2007. 24 с.
4. Борисова Е. Г. Прагматические категории дружелюбного общения (вежливость, приемлемость, уместность) // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации : материалы Междунар. науч. конф., состоявшейся в Институте лингвистики РГГУ, 23–24 октября 2018 г. [сост. и отв. ред. И. А. Шаронов]. М. : Политическая энциклопедия, 2018. С. 33–37.
5. Брагина Н. Г. Вежливость как невежливость: на стыке разных культурных норм и правил // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации : материалы Междунар. науч. конф., состоявшейся в институте лингвистики РГГУ 23–24 октября 2018 г. [сост. и отв. ред. И. А. Шаронов]. М. : Политическая энциклопедия, 2018. С. 38–44.
6. Буторина Е. П. Вежливость и антивежливость в деловом дискурсе // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации : материалы Междунар. науч. конф., состоявшейся в институте лингвистики РГГУ 23–24 октября 2018 г. [сост. и отв. ред. И. А. Шаронов]. М. : Политическая энциклопедия, 2018. С. 45–52.
7. Ван Юе. Вежливость и антивежливость в коммуникативном пространстве интернета (на материале интернет-комментариев) // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. 2023. Т. 12, № 1. С. 48–52.
8. Васильева О. А. Реализация максим вежливости в английских и русских диалогах : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2000. 24 с.
9. Газизов Р. А. Коммуникативная категория вежливости в речевом общении немцев и русских : монография. Уфа : РИЦ БашГУ, 2009. 160 с.
10. Земская Е.А. Категория вежливости в контексте речевых действий // Логический анализ языка: Язык речевых действий : сб. ст. М. : Наука, 1994. С. 131–136.
11. Карасик В. И. Вежливость и антивежливость в сетевом дискурсе // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации : материалы Междунар. науч. конф., состоявшейся в институте лингвистики РГГУ 23–24 октября 2018 г. [сост. и отв. ред. И. А. Шаронов]. М. : Политическая энциклопедия, 2018. С. 104–114.
12. Крылова Т. В. Наивно-языковые представления о вежливости и обслуживающая их лексика // Языковая картина мира и системная лексикография / отв. ред.
- чужим. Акцентированная вежливость обычно является формальной. В эпоху постmodерна тонально-прагматическое осмысление вежливости может карнавально переворачивать ее в абсурдное и язвительно-насмешливое отношение к адресату. Демонстративная шутливая невежливость может выступать в качестве индикатора принадлежности к своим, обычно у людей с низким социальным статусом.
- Ю. Д. Апресян. М. : Языки славянских культур, 2006. С. 241–402.
13. Ларина Т. В. Категория вежливости и стиль коммуникации: Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. М. : Языки славянских культур, 2009. 512 с.
14. Леонтovich О. А. Магия вежливости или диктат политической корректности? Соотношение понятий // Русский язык за рубежом. 2023. № 5 (300). С. 16–21.
15. Охримович К. В. Ирония и принцип вежливости в английском диалоге : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2004. 24 с.
16. Ратмайр Р. Прагматические клише «новой русской вежливости»: их употребление и оценка // Сtereотипы в языке, коммуникации и культуре: сб. статей. М. : Изд-во РГГУ, 2009. С. 431–449.
17. Саакян Л. Н., Северская О. И. Вежливость изысканная, деланая и патологическая в свете стратегий эвфемии и дисфемии // Человек в информационном пространстве : сб. науч. ст. / под общ. ред. Т. П. Курановой. Ярославль : РИО ЯГПУ, 2019. С. 49–55.
18. Улимашева Э. Ю. Категория вежливости в разных лингвокультурных традициях (на материале русского, английского и кабардинского языков) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Нальчик, 2003. 24 с.
19. Федорова Т. В. Семантика вежливости и средства ее выражения в современном русском языке (на материале произведений современной драматургии) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Калининград, 2004. 18 с.
20. Формановская Н. И. Речевой этикет и вежливость // Русская словесность. 2001. № 3. С. 67–72.
21. Фролова О. Е. Жанровая невежливость // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации : материалы Междунар. науч. конф., состоявшейся в институте лингвистики РГГУ 23–24 октября 2018 г. [сост. и отв. ред. И. А. Шаронов]. М. : Политическая энциклопедия, 2018. С. 277–286.
22. Хесед Л. А. Типы вежливого и невежливого поведения и их знаковые характеристики : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2013. 27 с.
23. Шаменова Г. Р. Принцип вежливости как особая коммуникативно-прагматическая категория в русском речевом общении : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2000. 22 с.
24. Шаронов И. А., Козодаева М. Невежливость и «антивежливость»: две мишени речевого этикета // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации : материалы Междунар. науч. конф., состоявшейся в институте лингвистики РГГУ 23–24 октября 2018 г. [сост. и отв. ред. И. А. Шаронов]. М. : Политическая энциклопедия, 2018. С. 292–299.

25. Шмелева Т. В. Вежливость в научном дискурсе // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации: материалы Междунар. науч. конф., состоявшейся в институте лингвистики РГГУ 23–24 октября 2018 г. [сост. и отв. ред. И. А. Шаронов]. М. : Политическая энциклопедия, 2018. С. 300–307.
26. Brown P., Levinson S. Politeness: Some Universals in Language Usage. Cambridge : Cambridge Univ. Press, 1987. 345 p.
27. Chilton P. Politeness, Politics and Diplomacy // Discourse and Society. Vol.1. London : Sage, 1990. P. 201–224.
28. Ferguson C. A. The Structure and Use of Politeness Formulas // Language in Society. 1976. Vol. 5, № 2. P. 137–151.
29. Kasper G. Linguistic Politeness: Current Research Issues // Journal of Pragmatics. 1990. Vol. 14, iss. 2. P. 193–218.
30. Lakoff R. The Logic of Politeness, or, Minding Your P's and Q's // Papers from the 9th Regional Meeting / Chicago Linguistic Society. Chicago, 1973. P. 292–305.
31. Lavadera B. R. The Social Pragmatics of Politeness Forms // Sociolinguistics – Soziolinguistik. An International Handbook of the Science of Language and Society / eds. U. Ammon et al. Vol. 2. Berlin : de Gruyter, 1988. P. 1196–1205.
32. Shahrokh M., Bidabadi F. S. An Overview of Politeness Theories: Current Status, Future Orientations // American Journal of Linguistics. 2013. No. 2 (2). P. 17–27.
33. Hall E. T. The Hidden Dimension. New York : Anchor, 1969. 217 p.
34. Прохоров Ю. Е., Стернин И. А. Русские: коммуникативное поведение. 2-е изд., испр. и доп. М. : Флинта; Наука, 2006. 326 с.
35. Дементьев В. В. Жанры фатического общения // Дом бытия. Альманах по антропологической лингвистике. 1995. Вып. 2. С. 50–63.
36. Седов К. Ф. Общая и антропоцентрическая лингвистика. М. : Издательский Дом ЯСК, 2016. 440 с.

ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИЕ ИСТОЧНИКИ

Большой универсальный словарь русского языка / под ред. В. В. Морковкина. М. : АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2016. 1456 с. (БУСРЯ).

REFERENCES

1. Aznabaeva L. A. *Printsip vezhlivosti v angliiskom dialekte: monografiya* [The principle of politeness in English dialogue: A monograph]. Ufa, Bashkir University Press, 2005. 198 p. (in Russian).
2. Alpatov V. M. *Kategorii vezhlivosti v sovremennom yaponskom yazyke* [Categories of politeness in the modern Japanese language]. Moscow, Nauka, 1973. 110 p. (in Russian).
3. Belyutina Yu. A. *English Impolite Speech*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philol.). Moscow, 2007. 24 p. (in Russian).
4. Borisova E. G. Pragmatic categories of friendly communication (politeness, acceptability, appropriateness). In: Sharonov I. A., ed. *Politeness and anti-politeness in language and communication: Proceedings of the International scientific conference held at the Institute of Linguistics of Russian State University of Humanities*, 23–24 October 2018. Moscow, Political Encyclopaedia, 2018, pp. 33–37 (in Russian).
5. Bragina N. G. Politeness as impoliteness: At the intersection of different cultural norms and rules. In: Sharonov I. A., ed. *Politeness and anti-politeness in language and communication: Proceedings of the International scientific conference held at the Institute of Linguistics of Russian State University of Humanities*, 23–24 October 2018. Moscow, Political Encyclopaedia, 2018, pp. 38–44 (in Russian).
6. Butorina E. P. Polite and Antipolite in Business Discourse. In: Sharonov I. A., ed. *Politeness and anti-politeness in language and communication: Proceedings of the International scientific conference held at the Institute of Linguistics of Russian State University of Humanities*, 23–24 October 2018. Moscow, Political Encyclopaedia, 2018, pp. 45–52 (in Russian).
7. Wang Yue. Politeness and anti-politeness in the communicative space of the Internet (on the material of Internet comments). *Scientific Research and Development. Sovremennaya Kommunikativistika*, 2023, vol. 12, no. 1, pp. 48–52 (in Russian).
8. Vasilieva O. A. *Realization of Politeness Maxims in English and Russian Dialogues*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philol.). Ufa, 2000. 24 p. (in Russian).
9. Gazizov P. A. *Kommunikativnaya kategorija vezhlivosti v rechevom obshchenii nemtsev i russikh* [Communicative category of politeness in speech communication of Germans and Russians: A monograph]. Ufa, RIC BashGU, 2009. 160 p. (in Russian).
10. Zemskaya E. A. The category of politeness in the context of speech actions. In: *Logical Analysis of Language: The Language of Speech Actions: Coll. of arts*. Moscow, Nauka, 1994, pp. 131–136 (in Russian).
11. Karasik V. I. Politeness and impoliteness in the network discourse. In: Sharonov I. A., ed. *Politeness and anti-politeness in language and communication: Proceedings of the International scientific conference held at the Institute of Linguistics of Russian State University of Humanities*, 23–24 October 2018. Moscow, Political Encyclopaedia, 2018, pp. 104–114 (in Russian).
12. Krylova T. V. Naive-linguistic representations of politeness and the lexicon serving them. In: *Yazykovaya kartina mira i sistemnaya leksikografiya*. Otv. red. Yu. D. Apresyan [Apresyan Yu. D., ed. Language picture of the world and system lexicography]. Moscow, Languages of Slavic Cultures, 2006, pp. 241–402 (in Russian).
13. Larina T. V. *Kategorija vezhlivosti i stil' kommunikatsii: Sopostavlenie angliiskikh i russikh lingvokul'turnykh traditsii* [Category of politeness and communication style: Comparison of English and Russian linguocultural traditions]. Moscow, Languages of Slavic Cultures, 2009. 512 p. (in Russian).
14. Leontovich O. A. Magic of politeness or dictate of political correctness? Correlation of concepts. *Russian Language Abroad*, 2023, no. 5 (300), pp. 16–21 (in Russian).
15. Ohrimovich K. V. *Irony and the Principle of Politeness in English Dialogue*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philol.). Ufa, 2004. 24 p. (in Russian).
16. Ratmayr R. Pragmatic cliches of ‘new Russian politeness’: Their use and evaluation. In: *Stereotipy v yazyke, kommunikatsii i kul'ture: sb. statei* [Stereotypes in language, communication and culture: Collection of articles]. Moscow, Izd-vo RGGU, 2009, pp. 431–449 (in Russian).
17. Sahakyan L. N., Severskaya O. I. Politeness refined, done and pathological in the light of euphemia

- and dysphemia strategies. In: *Chelovek v informatsionnom prostranstve : sb. nauch. st. Pod red. T. P. Kuranovoi* [Kuranova T. P., ed. Man in the information space: A collection of scientific articles]. Yaroslavl, RIO YaSPU, 2019, pp. 49–55 (in Russian).
18. Ulimbasheva E. Y. *The Category of Politeness in Different Linguocultural Traditions (on the material of Russian, English and Kabardian languages)*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philol.). Nalchik, 2003. 24 p. (in Russian).
19. Fedorova T. V. *Semantics of Politeness and Means of its Expression in the Modern Russian Language (on the material of works of modern dramaturgy)*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philol.). Kaliningrad, 2004. 18 p. (in Russian).
20. Formanovskaya N. I. Speech Etiquette and Politeness. *Russian Literature*, 2001, no. 3, pp. 67–72 (in Russian).
21. Frolova O. E. Genre impoliteness. In: Sharonov I. A., ed. *Politeness and anti-politeness in language and communication: Proceedings of the International scientific conference held at the Institute of Linguistics of Russian State University of Humanities, 23–24 October 2018*. Moscow, Political Encyclopaedia, 2018, pp. 277–286 (in Russian).
22. Khesed L. A. *Types of Polite and Impolite Behavior and Their Sign Characteristics*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philol.). Moscow, 2013. 27 p. (in Russian).
23. Shamyonova G. R. *Principle of Politeness as a Special Communicative-pragmatic Category in Russian Speech Communication*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philol.). Saratov, 2000. 22 p. (in Russian).
24. Sharonov I. A., Kozodaeva M. Impoliteness and ‘anti-impoliteness’: Two targets of speech etiquette. In: Sharonov I. A., ed. *Politeness and anti-politeness in language and communication: Proceedings of the International scientific conference held at the Institute of Linguistics of Russian State University of Humanities, 23–24 October 2018*. Moscow, Political Encyclopaedia, 2018, pp. 292–299 (in Russian).
25. Shmeleva T. V. Politeness in scientific discourse. In: Sharonov I. A., ed. *Politeness and anti-politeness in language and communication: Proceedings of the International scientific conference held at the Institute of Linguistics of Russian State University of Humanities, 23–24 October 2018*. Moscow, Political Encyclopaedia, 2018, pp. 300–307 (in Russian).
26. Brown P., Levinson S. *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge, Cambridge Univ. Press, 1987. 345 p.
27. Chilton P. Politeness, Politics and Diplomacy. *Discourse and Society*, vol. 1. London, Sage, 1990, pp. 201–224.
28. Ferguson C. A. The Structure and Use of Politeness Formulas. *Language in Society*, 1976, vol. 5, no. 2. pp. 137–151.
29. Kasper G. Linguistic Politeness: Current Research Issues. *Journal of Pragmatics*, 1990, vol. 14, iss. 2, pp. 193–218.
30. Lakoff R. The Logic of Politeness, or, Minding Your P’s and Q’s. *Papers from the 9th Regional Meeting*. Chicago, Chicago Linguistic Society, 1973, pp. 292–305.
31. Lavandera B. R. The Social Pragmatics of Politeness Forms. In: Ammon U. et al., eds. *Sociolinguistics – Soziolinguistik. An International Handbook of the Science of Language and Society*. Vol. 2. Berlin, de Gruiter, 1988, pp. 1196–1205.
32. Shahrokh M., Bidabadi F. S. An Overview of Politeness Theories: Current Status, Future Orientations. *American Journal of Linguistics*, 2013, no. 2 (2), pp. 17–27.
33. Hall E. T. *The Hidden Dimension*. New York, Anchor, 1969. 217 p.
34. Prokhorov Y. E., Sternin I. A. *Russkie: kommunikativnoe povedenie* [Russians: Communicative behavior]. 2nd edition, revised and supplemented. Moscow, Flinta, Nauka, 2006. 326 p. (in Russian).
35. Dementyev V. V. Genres of phatic communication. *The House of Being. Almanac on anthropological linguistics*, 1995, no. 2, pp. 50–63 (in Russian).
36. Sedov K. F. *Obshchaya i antropotsentricheskaya lingvistika* [General and anthropocentric linguistics]. Moscow, YASK Publishing House, 2016. 440 p. (in Russian).

LEXICOGRAPHIC SOURCES

Bol’shoi universal’nyi slovar’ russkogo jazyka. Pod red. V. V. Morkovkina [Morkovkin V. V., ed. Large universal dictionary of the Russian language. Moscow, AST-PRESS BOOK, 2016. 1456 p. (БУСРЯ).

Поступила в редакцию 14.04.2025; одобрена после рецензирования 12.05.2025; принята к публикации 12.05.2025; опубликована 30.09.2025

The article was submitted 14.04.2025; approved after reviewing 12.05.2025; accepted for publication 12.05.2025; published 30.09.2025

Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 231–238

Speech Genres, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 231–238

<https://zhanry-rechi.sgu.ru> <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-231-238>, EDN: FBYBFF

Научная статья
УДК 811.161.1'27'38'42

Фатические единицы языка и теория речевых жанров

И. А. Шаронов

Российский гуманитарный государственный университет, Россия, 125047, г. Москва, Миусская пл., д. 6.

Шаронов Игорь Алексеевич, доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой русского языка Института филологии и истории, Igor_sharonov@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5553-1533>

Аннотация. В статье рассматриваются подходы к описанию фатической стороны коммуникации и связей фатики с теорией речевых жанров. Предлагаемое рассмотрение понятия фатики исходит из принципиального различия между подходами к фатике Б. Малиновского и Р. Якобсона. Опора на понятие контактоподдержки позволяет выделить отдельную группу языковых средств, оформляющих речевые субжанры микродиалога. Эти средства рассматриваются в статье как область фатики 1 (Ф1). Они служат исключительно для поддержания бесперебойного процесса коммуникации и «накладываются» на информативный компонент микродиалога. Средства Ф1 подразделяются на языковые единицы и приемы. К области фатики 2 (Ф2) относятся праздноречевые разговоры, дискурсивные структуры, принципиально отличающиеся от языковых средств области Ф1. В статье предлагается типология языковых единиц фатики 1. Наряду с уже хорошо известными и описанными единицами, такими как вокативы и этикетные формулы, в группу единиц Ф1 входят также малоизученные диалогические дискурсивы (вводные слова и обороты, маркирующие речевой акт и усиливающие воздействие на собеседника, такие как: *будьте любезны, не будь дураком, тебе говорят и др.*), вопросительные пост-частицы (РА, *правда?*, РА, *ладно?*, РА, *идёт?*) и коммуникативы (краткие стереотипные ответные реплики: *ну да, да нет, еще бы, идёт, ни за что и т. п.*). Все эти единицы обладают особыми дискурсивно-прагматическими свойствами, жестко связанными с речевыми субжанрами, которые они оформляют. В силу своих свойств языковые единицы Ф1 могут стать объектом специального лексикографического описания.

Ключевые слова: фатика, речевые жанры, вокативы, дискурсивы, вопросительные пост-частицы, коммуникативы

Для цитирования: Шаронов И. А. Фатические единицы языка и теория речевых жанров // Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 231–238. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-231-238>, EDN: FBYBFF

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Phatic units of language and the theory of speech genres

I. A. Sharonov

Russian State University for the Humanities, 6 Miusskaya Sq., Moscow 125047, Russia

Igor A. Sharonov, Igor_sharonov@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5553-1533>

Abstract. The article discusses approaches to the description of the phatic communication domain and the connection between the concept of phatics and the theory of speech genres. The proposed consideration of the concept of phatics is based on the fundamental difference between the approaches to phatics by B. Malinowski and by R. Jakobson. Reliance on the function of contact maintenance makes it possible to identify a separate group of linguistic means that formalize speech subgenres of microdialogue. These means are considered as the domain of phatics 1 (F1). They serve exclusively to maintain the process of communication and are “superimposed” on the informative component of the microdialogue. The means of F1 are subdivided into linguistic units and rhetorical devices. The area of phatics 2 (F2) includes small talk, i. e. discursive structures that are fundamentally different from the linguistic means of area F1. The article focuses on the typology of linguistic units of phatics 1. Alongside the already well-known and well-described units, such as vocatives and

etiquette formulas, the group of F1 units also includes dialogic discursives (introductory words marking the speech act and increasing the impact on the interlocutor, such as: *would you be so kind, don't be silly, I'm telling you, etc.*), tag questions (*isn't it?, okay?*) and communicatives (short stereotyped responses: *sure, no way, you bet, deal, not a chance, etc.*). All these units have special discourse-pragmatic properties that are strictly connected with the speech subgenres they formalize. Due to their properties, F1 linguistic units can become the object of specialized lexicographic description.

Keywords: phatic, speech genres, vocatives, discursive words, tag-questions, communicatives

For citation: Sharonov I. A. Phatic units of language and the theory of speech genres. *Speech Genres*, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 231–238 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-231-238>, EDN: FBYBFF

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Введение

Исследования феномена фатической речи и речевых жанров проводятся в русистике с разной степенью интенсивности уже более полувека. За этот период ученым удалось продвинуться в понимании существенных свойств фатики и, в частности, ее связей с теорией жанроведения. Тем не менее следует признать, что целостное и непротиворечивое представление об этой области языка и речевой коммуникации и ее детальное описание далеки до завершения. Проблема нечеткости в определении самого объекта обусловлена изначальной разноуровневостью выделяемых признаков фатики. «Полюса» в рассмотрении понятия фатики были намечены Б. Малиновским и Р. О. Якобсоном. Для антрополога Бронислава Малиновского, исследующего культуру и язык примитивных народов, было достаточно отметить в качестве базового фатического свойства нефункциональность вечерних «праздноречевых» разговоров туземцев на фоне их деловых разговоров в процессе трудового дня. Исследователь определяет фатическую речь как обмен незначимыми фразами для поддержания социальной гармонии между членами сообщества [1]. Лингвист Р. О. Якобсон при описании фатики акцентирует внимание на языковых единицах, функционирующих для установления, поддержания и прерывания контакта в процессе диалога обоими его участниками. Для исследователя фатика связана с конативной функцией, выражаемой единицами типа *алло, да-да* и проч. [2]. Таким образом, при первом подходе объектом рассмотрения является бытовой, неделевой разговор, взятый в целом, а при втором – компоненты диалогических структур, ответственных за бесперебойное протекание любого разговора.

В работах Т. Г. Винокур [3] делается попытка объединить подходы Б. Малиновского и Р. Якобсона в общую теорию. В об-

ласть фатики включается, по мнению автора, и конативная функция, то есть набор языковых единиц для поддержания контакта собеседников в процессе их речевого взаимодействия, и связанная с конативной функцией область речевого этикета, включающая набор общепринятых форм ежедневных социальных ритуалов, и бытовые (светские) разговоры. При таком подходе в фатические средства оказываются объединены языковые единицы, полностью свободные от информации о мире, служащие исключительно для поддержания контакта в процессе разговора, и разговорные тексты, передающие информацию о мире, событиях и проч., но с низкой степенью важности этой информации ввиду ее нефункционального, развлекательного и т. п. характера.

Но вопрос о степени важности сообщаемой для собеседника информации при разделении деловых и праздноречевых разговоров остается открытым. Предложения «взвешивания» долей фатики и информатики для определения статуса разговоров также страдают определенной субъективностью. В статье [4] ее автор указывает на сильный разброс мнений относительно «водораздела» между фатическим и информативным компонентами в бытовых речевых жанрах.

Объединение в один ряд «контактных» слов и целых разговоров делает задачу построения единого аппарата для исследования и описания фатического материала крайне трудновыполнимой. Попытка преодолеть неоднородность фатических единиц содержится, например, в статье Ю. В. Матюхиной [4]. Автор предлагает уйти от синкретизма и разделить фатический метадискурс на два подвида: «включенный» и «автономный», первый из которых рассматривает фатические единицы как элементы микродиалога, состоящего из взаимодействия субжанров обоих собеседников, а второй – речевого события, светского беседы, флирта. Мы также считаем, что для детального лингвистиче-

ского описания имеет смысл рассматривать «полюса» фатики по отдельности.

I. Типология средств фатики

Назовем контактные языковые средства внутри микродиалога средствами фатики 1 (Ф1), а «светские» разговоры – средствами фатики 2 (Ф2) и остановимся в статье на анализе и каталогизации средств Ф1. Эти единицы «накладываются» на информативную часть любого речевого субжанра с целью бесперебойного развития диалога. Их объединяет отсутствие в семантике информативной составляющей, использование их исключительно как инструментов взаимодействия с собеседником и воздействия на него.

Микродиалог может быть чисто фатическим, но чаще он содержит и информативную, и фатическую составляющие. К «чисто» фатическим микродиалогам относится ритуальный обмен этикетными формулами, например, приветствия при встрече, прощания и некоторые другие; к «смешанным», например, – субжанр просьбы, в которой содержится и предмет требуемого действия, и фатические компоненты вежливости. При анализе праздноречевых диалогов, светских бесед, разговоров «по душам» конфликтных и прочих диалогов бытового характера обычно обнаруживается последовательность нескольких таких микродиалогов, не всегда прямо связанных друг с другом, объединенных и ограниченных чаще экстралингвистическими факторами [3].

К средствам Ф1, обнаруживаемым внутри микродиалога, относятся особые лексические средства поддержания связи с собеседником в процессе разговора (далее **языковые единицы Ф1**). Это устойчивые этикетные формулы, формирующие этикетные речевые субжанры (*привет, простите, пожалуйста* и т. п.), средства обратной связи (*что-что?, да-да, ну?, хмм* и т. п.), диалогические дискурсивы, то есть вводные слова, обращенные к собеседнику (*будьте добры, честно говоря, я чертовски извиняюсь* и т. п.), вопросительные пост-частицы (*да?, правда?, хорошо?*) и короткие оценочные реакции собеседника – коммуникативы (*еще бы, само собой, да ладно, ну и пусть* и т. п.).

Кроме того, в группу средств Ф1 следует также включать также разного рода **риторические приемы Ф1**, способствующие воздействию на собеседника и эмоциональному регулированию: косвенность представления РА, импликации, намеки, стилистические приемы формирования почтительного, шутливого, фамильярного, снисходительного и т. п.

стилей общения [5]. Однако анализ языковых единиц Ф1 и риторических приемов Ф1 различается. Пути их взаимодействия – интереснейшая задача для будущих лингвистических исследований.

Группа языковых единиц Ф1 в силу ряда своих свойств – перспективный объект для лексикографического описания, «словаря фатики». Возможность и важность составления такого словаря отмечалась еще в работе [5]. Такие единицы стереотипны, регулярно встречаются практически в любой беседе. Будучи разговорными идиомами, они неизменяемы. Им свойственная информативная опустошенность и прагматическая заданность, а использование ограничено поддержанием взаимопонимания, социального баланса и усилением воздействия на собеседника в микродиалоге.

II. Языковые единицы фатики 1

Единицы Ф1 можно разделить на автономные компоненты при высказывании, передающем интенцию говорящего лица в микродиалоге, и на самостоятельные стереотипные высказывания – клишированные реплики диалога. К автономным компонентам РА относятся вокативы, диалогические дискурсивы и вопросительные пост-частицы. К клишированным репликам диалога относятся этикетные формулы и коммуникативы.

Перечисление и полноценный анализ всех языковых единиц потенциального словаря фатики 1 лежит за пределами возможностей научной статьи. Мы ограничимся только единичными примерами описания для каждой из рассматриваемых групп с целью демонстрации некоторых дискурсивно-прагматических свойств таких единиц.

Автономные компоненты РА

Вокативы – особые сигналы и формы номинации субъекта, цель которых – обратить на себя его внимание и установить контакт. Теме вокативов посвящена обширная лингвистическая литература, (см., напр., [6–8] и многие другие работы).

Вокатив *мальчики / мальчишки* рассмотрим как пример неполного соответствия с номинацией субъекта. Выбор вокатива определяется мужским полом и юным возрастом адресата, однако при неформальном общении может происходить прагматический перенос вокатива на взрослых мужчин в речи близко знакомых с ними женщин и мужчин более высокого социального статуса. Приведем иллюстративные примеры:

[Саша (Евгений Редько, муж, 47, 1958)]
Пойдём/ Агеев! [Агеев (Игорь Золотовиц-

кий, муж, 44, 1961]) Убери руки/ничтожество. [Ульяна (Оксана Коростышевская, жен, 32, 1973)] Не надо/ **мальчики/** пожалуйста/ пожалуйста. Не ссорьтесь. Вы/вы оба хорошие писатели. (М. Коростышевский, Н. Назарова. Дура, к/ф, 2005).

[Сева (Александр Ильин-мл., муж, 23, 1983)] Иди сюда! [Закиров кричит что-то на иностранном языке] Заткнись/ я сказал! Одевайся давай! **Мальчики/** сюда/ быстро! [прибегают милиционеры] Падла! Одевайте его! Всё/ в отделение! (К. Серебренников, В. Пресняков, О. Пресняков. Изображая жертву, к/ф, 2006).

В сниженном, просторечном общении молодой человек может обратиться к незнакомому старшему по возрасту мужчине: отец, а к сверстнику, не будучи с незнакомцем в родственных отношениях, и не являясь его земляком, может обратиться: брат, братан, земеля, зёма.

Диалогические дискурсивы – вводные слова и обороты, которые используются для маркирования типа РА и усиления воздействия на собеседника. Диалогические дискурсивы описаны неполно, что особенно заметно по сравнению с прочими типами и классификациями вводных слов и оборотов, которым посвящена большая литература (см. обзор в [9]). Отдельно отметим здесь статью И. А. Шаронова [10], а также Г. И. Кустовой [11] о ментальных глаголах в позиции вводных, в которой глаголы во 2-м лице рассматриваются как апеллятивные и по своим семантическим характеристикам противопоставляются модальным.

Приведем в качестве иллюстрации введение и маркирование диалогическими дискурсивами некоторых типов побудительных актов:

1) Дискурсивы **пожалуйста**, будьте добры/любезны вводят и маркируют акт вежливой просьбы, выраженной в форме императива:

– Заверните, **пожалуйста**, всё – говорю я, возвращая жетон. (А. Волков. Одеться с иголочки и без ниточки).

Она куда-то позвонила, с кем-то поговорила и приветливо указала мне на стоявший рядом стул со словами: «Подождите, **будьте любезны**» (В. Белоусова. Второй выстрел).

В последние десятилетия, видимо под влиянием английского языка, появилась тенденция вводить этими диалогическими дискурсивами просьбу и в форме вопросительной конструкции:

Будьте любезны, если не трудно, вы не могли бы остановить свое маршрутное

такси на остановке «Улица Шолуденко»? (А. Володарский. ЖЗЛ).

2) Дискурсивы **ну пожалуйста**; будь человеком, что тебе стоит маркируют речевой акт уговаривания, упрашивания – обычно после отказа собеседника выполнить просьбу:

– Купи мне этот диск. – **Нет.** – **Ну, пожалуйста!** – **Нет.** – А этот? (О. Гладов. Любовь стратегического назначения).

3) Дискурсивы **не будь дураком**, лови момент маркируют речевой акт совета:

Соглашайся, Мишка, не будь дураком. (Е. Прошкин. Механика вечности).

А что, делать, если бес шепчет на ухо: **Лови момент**, брат, успевай. (О. Быков. Дходное место).

4) Дискурсивы **я тебе говорю**, тебе говорят маркируют и усиливают повторный речевой акт в целях убеждения собеседника в достоверности чего-л., а также для побуждения к действию:

– Идем, я тебе одного Рембрандта покажу, вот это художник. Там у него голая баба нарисована <...>. – Обнаженная? – с натугой и сомнением переспросил Рябов. – Да голая, **я тебе говорю**. Пошли (С. Довлатов. Солдаты на Невском).

А то ведь я узнаю... И строго накажу, если обманешь. <...> – Никакой здесь Нинки нет, **тебе говорят!** Неужели нельзя сообразить? (В. Шукшин. Калина красная).

– Миша, Мишенька, вставай, вставай. **Тебе говорят**, вставай! – надрывалась жена. – Прокурор приехал. (Ю. Домбровский. Факультет ненужных вещей).

5) Дискурсивы **кому** сказал, **кому** было сказано маркируют речевой акт повторного требования, команды, обычно в форме императива или индикатива прошедшего времени.

Не вертись! Я кому сказал – смирно! (А. Геласимов. Степные боги).

Обезьяна видит знакомого пацана впереди и отдает ему деньги. В очередь, – говорит какой-то мужик. Обезьяна не отвечает. – **Я кому сказал** – в очередь. (В. Козлов. Гопники).

Лида (бежит за ними). Не уйдешь! Владимир, вернись! Владимир, **кому было сказано!** Вернись! (Э. Радзинский. Обольститель Колобашкин).

Вопросительные пост-частицы (tag questions) – единицы да?, а?, точно?, правда?, хорошо?, ладно / лады?, идёт? и др., которые также служат для усиления воздействия РА на собеседника. Серьезного внимания этим частицам в лингвистической литературе уделено не было. Отметим только одну известную нам публикацию на эту

тему, имеющую «говорящее» название: «Русское финальное *a*?: портрет невидимки» [12]. В русистике для этих единиц общепризнанного наименования пока не существует. Наш выбор термина обусловлен позицией единицы в конце высказывания и фиксированной вопросительной интонацией. Использование той или иной вопросительной постчастицы обусловлен типом речевого акта. Например, при РА просьбы и предложения к совместным действиям используются единицы *хорошо?*, *ладно?*, *лады?* Интересно, что эти единицы способны конкурировать с диалогическими дискурсивами при просьбе, выраженной императивом. Ср.:

— Только не сообщай эту свою идею Феликсу, **хорошо?** — сказала Лора. (Ю. Трифонов. Обмен).

— Пожалуйста, только не сообщай эту свою идею Феликсу, **хорошо?**

Добавление вводного *пожалуйста* в высказывание создает, как кажется, плеонастический эффект.

Вопросительные постчастицы способны не только усилить просьбу или предложение, но и нейтрализовать в ряде случаев, категоричность РА побуждения. Они устраняют возможную резкость использования при побуждении такими конструкциями как индикативов настоящего и будущего времени. Ср. примеры РА с индикативом с постчастицей и без нее:

Георгий Николаевич, я вам завтра позвоню после работы.

Георгий Николаевич, я вам завтра позвоню после работы, **хорошо?** — **Хорошо**, — ответил он. (Ю. Домбровский. Факультет ненужных вещей).

Предложение без вопросительной постчастицы при определенном произнесении может быть интерпретировано как категоричное требование. Наличие постчастицы однозначно снимает категоричность.

Клишированные реплики микродиалога

Формулы речевого этикета

Описанием формул русского речевого этикета занимались многие исследователи. Среди них можно, в частности, отметить работы Н. И. Формановской [13] и [14], Р. Ратмайр [15] и [16]. Лексикографическое описание этих единиц представлено в словаре А. Г. Балакая [17]. Прагматическое и историко-этимологическое описание формул русского речевого этикета получило развитие с появлением Национального корпуса русского языка (см. [18–20]. Этикетные

формулы интересно рассматривать с дискурсивно-прагматических позиций. В качестве примера обратимся к этикетной формуле ответа на благодарность *На здоровье!*

В странах Запада укоренилось неверное использование этой формулы в качестве русского заздравного тоста, который иностранцы путают с тостом (За) *Ваше здоровье!*

Среди гостей я заметил Алекса, <...> мне припомнилась его способность находить в любой американской Тмутаракани очаровательные рестораны и пабы <...> Мы пожали друг другу руки и чокнулись. — Салют. — **На здоровье.** (Б. Левин. Инородное тело).

В русском языке распространены близкие рассматриваемой вежливые формульные ответы на благодарность за подарок или за угощение.

Носите на здоровье говорят в ответ на благодарность за подаренную одежду, головной убор или туфли,

Пользуйтесь на здоровье — в ответ на благодарность на подаренную бытовую вещь или в качестве сопровождения акта дарения.

Кушайте / Пейте на здоровье! — в ответ на благодарность за получение съедобного подарка, угощения.

Коммуникатив *На здоровье!* использует человек, покормивший кого-л. в ответ на его благодарность по окончании трапезы.

Когда чашка и вазочка опустели, он благодарно откинулся на спинку стула и сказал: — Большое спасибо. — **На здоровье**, — ответила я. (Мартовский кот // «Истории из жизни», 2004).

В неформальной коммуникации формула может шутливо использоваться в ответ на эмоциональную благодарность с целью снизить пафос ситуации. Ср.:

— Ей напишут, — пообещал генерал, <...> — Я сам напишу.

Нефедов от этого еще сильнее смущился и ответил, кашлянув: — Спасибо... — **На здоровье**, — генерал поднял стопку. — И чего это мы с тобой раскаркались? Верней — я. Ничего не должно случиться (Г. Владимов. Генерал и его армия).

В полемическом диалоге в ответ на ироническое *Спасибо* собеседника, выражавшее его обиду, недовольство, *На здоровье!* используется говорящим лицом в качестве неприятия претензий.

Вам уже за сорок. Талантливые мужики к этому времени успевают все сделать и помереть с сознанием состоявшейся жизни. — Спасибо, — засмеялся Коршунов, —

на добром слове. — **На здоровье.** (Г. Щербакова. Подробности мелких чувств).

Еще один устоявшийся в узусе контекст употребления формулы *На здоровье* — выражение полного безразличия, непротиводействия чему-л. при несогласии или негативном отношении к чему-л.

— Давай, папаша, мы у тебя хоть часы снимем, а то ведь совсем так дисквалифицируемся. — Берите, — говорю, — **на здоровье!** Только они у меня после ремонта гарантийного... (Г. Горин. Фантомасы).

Наконец, неаккуратное (или расширяющееся?) использование этикетной формулы на основе ее внутренней формы приводит, по утверждению информантов, к ее использованию врачами в ответ на благодарность пациентов.

Коммуникативы — грамматически аморфные слова-предложения, которые функционируют в диалогах в качестве ответных реплик, ответных РА говорящего лица в микродиалоге: *Это еще что!*; *Ну дела*; *Ой ли*; *Ни каких!*; *Опять двадцать пять*; *Вот то-то и оно* и т. д. Описание коммуникативов как отдельного функционального класса языковых единиц дается в работах [21, 22] и в целом ряде других статей. Эти стереотипные единицы используются в диалоге для подтверждения или отрицания сказанного; одобрения или неодобрения мнения, оценки; согласия или отказа выполнить требуемое действие; эмоциональной реакции на сообщение и т. д. Такие реплики состоят из неполнозначных или десемантизированных компонентов, выражающих интенцию или эмоцию как реакцию на тип РА или на выраженное в РА мнение собеседника. Они имеют особые интонационные контуры и жестово-мимическое сопровождение, помогающие передать отношение говорящего к воспринятой реплике собеседника.

Рассмотрим в качестве примера значения, которые может передавать коммуникатив *да ну*:

1) **Да ну!** Воздражение на предположение собеседника, несогласие с его мнением как далеким от реальности; может сопровождаться легкой отмашкой:

— Первый раз? — поинтересовался сосед Иван, пожилой добрый человек. Иван отвернулся от окна и зачем-то бодро сорвал: — **Да ну**, что вы! (В. Шукшин. Печки-лавочки).

— А подвела, — радостно объяснил ему парень, что стоял рядом, — не приехала. Вот он и продал вам свои заготовки! — Кто? **Да ну**, глупости! — резко отмахнулся

Зыбин. (Ю. Домбровский. Факультет ненужных вещей).

2) **Да ну!/?** Сильное удивление, пораженность, восхищение. Может сопровождаться легким откидыванием головы назад при недоверии и покачиванием головой при пораженности/восхищении:

Я даже маме не позволил бы вмешиваться в нашу жизнь! — **Да ну?** — изумленно прошептала Катя. Они опять замолчали, глядя друг на друга (Т. Тронина. Никогда не говори «навсегда»);

— Грува у тебя роскошная. Нечасто такой оттенок встретишь. Чем красишь? — Это натуральный цвет. — **Да ну?** — изумилась женщина (Т. Моспан. Подиум).

3) **Да ну!** Недоверие. Говорящий может слегка откинуть голову назад и улыбнуться:

— Ты слышал? — говорит он мне. — Иванько отказался от своих притязаний. — **Да ну!** — Абсолютно точно. Приехал, узнал, что здесь такой скандал, и тут же отказался. (В. Войнович. Иванькиада, или рассказ о вселении писателя Войновича в новую квартиру).

Десемантизированные коммуникативы формируются из знаменательных слов и сочетаний. Они теряют лексические и грамматические компоненты значения и составляют синонимические группы в зависимости от типа РА, реакциями на который они служат. Например, согласие на просьбу оформляется коммуникативами: *Хорошо*, *Легко!* *Ладно* (уж)! и др.; согласие на предложение к совместному действию — коммуникативами: *Давай!*, *Окей!* и др.; согласие на договор, сделку — коммуникативами *Идет!*, *По рукам!* и др.; согласие на любезное предложение — коммуникативами *Спасибо!*, *Если не трудно*, *Будьте любезны!* [21].

Все единицы фатики 1 pragmatically согласуются с типом РА и друг с другом. Каждая такая единица зависит от типа речевого акта и маркирует его, подготавливая собеседника к восприятию коммуникативного намерения говорящего, усиливая воздействие РА или реакцию на РА. Собеседник может чутко реагировать на правильность, неправильность и на стиль построения речи говорящего и строить свой ответ в соответствии с выбранной тональностью. Нарушения фатических механизмов в микродиалоге может приводить к коммуникативной ошибке, к переходу на шутливо-игровую коммуникацию, либо указывать на намеренную ролевую перестройку в социальном взаимодействии между собеседниками.

Заключение

В статье на основании рассмотрения подходов к описанию фатической области коммуникации выделена и охарактеризована группа языковых единиц фатики (Ф1). Исследование проводится на базе субжанров бытовых диалогов – минимальных единиц в теории речевых жанров. Одним из основных свойств выделенной группы единиц является их неинформативность, выполнение функций поддержания контакта и воздействия на адресата. Такие единицы «накладываются» на информативную составляющую микродиалога в том или ином субжанре, маркируя его базовую интенцию иpragma-тически соглашаясь друг с другом. К едини-

цам Ф1 причислены вокативы, диалогические дискурсивы, вопросительные пост-частицы. Их функция – маркировать интенцию, облегчая адресату ее восприятие и усиливая воздействие на адресата. Кроме того, к единицам Ф1 отнесены клишированные реплики микродиалога: этикетные формулы и коммуникативы. Рассмотрение поведения этих языковых средств в диалогическом дискурсе как маркеров речевых субжанров позволяет сделать вывод, что в силу общности их функциональных характеристик единицы Ф1 могут и должны стать объектом специального лексикографического описания. Детальное описание их функционирования внесет вклад в дальнейшее развитие и углубление теории речевых жанров.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Malinowski B. *The Problem of Meaning in Primitive Languages*. London : Kegan Paul, Trench and Trubner, 1923. P. 296–336.
2. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против». М. : Прогресс, 1975. С. 193–230.
3. Винокур Т. Г. Информативная и фатическая речи как обнаружение разных коммуникативных намерений говорящего и слушающего // Русский язык в его функционировании. Коммуникативно-прагматический аспект. М. : Наука, 1993. С. 2–29.
4. Матюхина Ю. В., Шевченко И. С. Прагматические особенности фатической метакоммуникативной информации в дискурсе // Треті Каразінські читання: методика і лінгвістика – на шляху до інтеграції : матеріали міжнародної науково-методичної конференції. Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2003. С. 110–111.
5. Дементьев В. В. Фатические речевые жанры // Вопросы языкоznания. 1999. № 1. С. 37–55.
6. Кронгауз М. А. Обращения как способ моделирования коммуникативного пространства // Логический анализ языка. Образ человека в культуре и языке / отв. ред. Н. Д. Арутюнова, И. Б. Левонтина. М. : Индрик, 1999. С. 124–134.
7. Янко Т. Е. Русские обращения: словарная информация и вокативные конструкции // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии : по материалам междунар. конф. «Диалог 2009» (Бекасово, 27–31 мая 2009 г.). Вып. 8 (15). М. : РГГУ, 2009. С. 574–579.
8. Брагина Н. Г. «Родственные» обращения к неродственникам и принципы их описания // Русский язык сегодня. Вып. 5 : Проблемы речевого общения : сб. докладов / Ин-т русского языка им. В. В. Виноградова РАН / отв. ред. Н. Н. Розанова. М. : ФЛИНТА: Наука, 2012. С. 32–42.
9. Пантелейева Е. А. Коммуникативно-прагматические свойства вводных и вставных элементов в современном русском языке. М. : Знание-М, 2021. 192 с.
10. Шаронов И. А. Семантические и прагматические аспекты описания вводных слов и коммуникативов // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2018. № 51. С 58–68.
11. Кустова Г. И. О коммуникативном статусе вводных конструкций с ментальными предикатами // Труды Института русского языка им. В. В. Виноградова. 2020. № 3 (25). С. 62–75.
12. Левонтина И. Б. Русское финальное *a*? : портрет невидимки // Слово в тексте и в словаре : сборник статей к семидесятилетию академика Ю. Д. Апресяна. М. : Языки славянских культур, 2000. С. 144–152.
13. Формановская Н. И. Русский речевой этикет. Лингвистический и методический аспекты. М. : URSS, 2024. 160 с.
14. Формановская Н. И. Культура общения и речевой этикет. М. : Икар, 2005. 159 с.
15. Ратмайр Р. Функциональные и культурно-сопоставительные аспекты прагматических клише (на материале русского и немецкого языков) // Вопросы языкоznания. 1997. № 1. С. 15–23.
16. Ратмайр Р. Прагматика извинения: Сравнительное исследование на материале русского языка и русской культуры. М. : Языки славянской культуры, 2003. 272 с.
17. Балакай А. Г. Словарь русского речевого этикета. М. : АСТ-ПРЕСС, 2001. 672 с.
18. Добрушина Н. Р., Данова М. К. Привет // Два века в двадцати словах / отв. ред. Н. Р. Добрушина, М. А. Даниэль. М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2016. С. 251–270.
19. Кронгауз М. А. Формула прощания *давай* в синхронном и диахронном аспектах // Русский язык за рубежом. 2021. № 2. С. 33–40.
20. Бобрик М. А. Механизмы прагматикализации в истории русской формулы прощания *счастливо!* // Вопросы языкоznания. 2021. № 1. С. 70–83.
21. Шаронов И. А. Проблемы описания русских коммуникативов, состоящих из служебных слов // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Филология. Журналистика. 2012. Т. 12, вып. 3. С. 7–13.
22. Шаронов И. А., Кушеш З. А. Описание коммуникативов согласия/готовности выполнить действие в русском языке // Культура и текст. 2024. № 4 (59). С. 95–107.

REFERENCES

1. Malinowski B. *The Problem of Meaning in Primitive Languages*. London, Kegan Paul, Trench and Trubner, 1923, pp. 296–336.

2. Jakobson R. Linguistics and poetics. In: *Strukturalizm: "za" i "protiv"* [Structuralism: "For" and "against"]. Moscow, Progress, 1975, pp. 193–230 (in Russian).
3. Vinokur T. G. Informative and phatic speech as a manifestation of different communicative intentions of the speaker and listener. In: *Russkij jazyk v ego funktsionirovaniij. Kommunikativno-pragmatischeskij aspect* [Russian language in its functioning. Communicative-pragmatic aspect]. Moscow, Nauka, 1993, pp. 2–29 (in Russian).
4. Matyuhina Yu. V., Shevchenko I. S. Pragmatic features of phatic metacommunicative information in discourse. In: *Materials of the international conference "Treti Karazinski chitannya: metodika i lingvistika – na shlyahu do integraciyi"*. Harkiv, HNU named after V. N. Karazin, 2003, pp. 110–111 (in Russian).
5. Dementyev V. V. Phatic speech genres. *Voprosy jazykoznanija*, 1999, no. 1, pp. 37–55 (in Russian).
6. Krongauz M. A. Addresses as a way of modeling communicative space. In: *Logicheskij analiz jazyka. Obraz cheloveka v kulture i jazyke*. Otv. red. N. D. Arutyunova, I. B. Levontina [Arutyunova N. D., Levontina I. B., eds. Logical analysis of language. The image of a person in culture and language]. Moscow, Indrik, 1999, pp. 124–134 (in Russian).
7. Yanko T. E. Russian addresses: Dictionary information and vocative constructions. *Computer Linguistics and Intelligent Technologies: Based on the materials of the International Conference "Dialogue 2009"* (Bekasovo, May 27–31, 2009). Moscow, Russian State University for the Humanities Publ., 2009, pp. 574–579 (in Russian).
8. Bragina N. G. "Kindred" forms of address to non-relatives and principles of their description. Rozanova N. N., ed. *Russian Language Today. Iss. 5: Problems of Verbal Communication: A collection of papers*. Moscow, FLINTA, Nauka, 2012, pp. 32–42 (in Russian).
9. Panteleeva E. A. *Kommunikativno-pragmatischeskie svojstva vvodnykh i vstavnnykh elementov v sovremennom russkom jazyke* [Communicative and pragmatic properties of introductory and insertional elements in modern Russian]. Moscow, Znanie-M, 2021. 192 p. (in Russian).
10. Sharonov I. A. Semantic and pragmatic aspects of description of introductory words and communicatives. *Tomsk State University. Journal of Philology*, 2018, no. 51, pp. 58–68 (in Russian).
11. Kustova G. I. On the communicative status of introductory constructions with mental predicates. *Proceedings of the V. V. Vinogradov Russian Language Institute*, 2020, no. 3 (25), pp. 62–75 (in Russian).
12. Levontina I. B. Russian final a?: Portrait of an invisible man. In: *Slovo v tekste i v slovare: sbornik statej k semidesyatletiju akademika Yu. D. Apresyanu* [Word in text and in dictionary: Coll. of art. dedicated to the 70th anniversary of academician Yu. D. Apresyan]. Moscow, Yazyki slavyanskikh kultur, 2000, pp. 144–152 (in Russian).
13. Formanovskaya N. I. *Russkij rechevoj etiket. Lingvisticheskij i metodicheskij aspekty* [Russian speech etiquette. Linguistic and methodological aspects]. Moscow, URSS, 2024. 160 p. (in Russian).
14. Formanovskaya N. I. *Kultura obshcheniya i rechevoj etiket* [Culture of communication and speech etiquette]. Moscow, Ikar, 2005. 159 p. (in Russian).
15. Ratmayr R. Functional and cultural-comparative aspects of pragmatic cliches (based on the Russian and German languages). *Voprosy jazykoznanija*, 1997, no. 1, pp. 15–23 (in Russian).
16. Ratmayr R. *Pragmatika izvineniya: Sravnitelnoe issledovanie na materiale russkogo jazyka i russkoj kultury* [Pragmatics of apology: A comparative study based on the Russian language and Russian culture]. Moscow, Yazyki slavyanskikh kul'tur, 2003, 272 p. (in Russian).
17. Balakaj A. G. *Slovar russkogo rechevogo etiketa* [Dictionary of Russian speech etiquette]. Moscow, AST-PRESS, 2001. 672 p. (in Russian).
18. Dobrushina N. R., Danova M. K. Hello. In: *Dva veka v dvadtsati slovakh*. Otv. red. N. R. Dobrushina, M. A. Daniel' [Dobrushina N. R., Daniel' M. A., eds. Two Centuries in Twenty Words]. Moscow, Izdatel'skii dom Vysshej shkoly ekonomiki, 2016, pp. 251–270 (in Russian).
19. Krongauz M. A. Formula of farewell *Davaj* in synchronous and diachronic aspects. *Russkij jazyk za rubezhom*, 2021, № 2, pp. 33–40 (in Russian).
20. Bobrik M. A. Mechanisms of pragmaticalization in the history of the Russian formula of farewell *Schastliv!* *Voprosy jazykoznanija*, 2021, no. 1, pp. 70–83 (in Russian).
21. Sharonov I. A. Problems of describing Russian communications consisting of function words. *Izvestiya Saratov University. Philology. Journalism*, 2012, vol. 12, no. 3, pp. 7–13 (in Russian).
22. Sharonov I. A., Kushesh Z. A. Description of communicative consent / willingness to perform an action in Russian. *Culture and Text*, 2024, no. 4 (59), pp. 95–107 (in Russian).

Поступила в редакцию 01.04.2025; одобрена после рецензирования 12.05.2025; принята к публикации 12.05.2025; опубликована 30.09.2025

The article was submitted 01.04.2025; approved after reviewing 12.05.2025; accepted for publication 12.05.2025; published 30.09.2025

Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 239–243

Speech Genres, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 239–243

<https://zhanry-rechi.sgu.ru> <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-239-243>, EDN: IQNSUN

Научная статья
УДК 811.521'27'38

Письменные и устные жанры в японском языке: способы интерпретации информации и вежливость

В. М. Алпатов

Институт языкоznания РАН, Россия, 125009, г. Москва, Большой Кисловский пер., д. 1, стр. 1

Алпатов Владимир Михайлович, доктор филологических наук, профессор, академик РАН, главный научный сотрудник, заведующий центром социолингвистики, v-alpatov@iling-ran.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4323-2832>

Аннотация. Рассчитанные на письменное восприятие тексты по-японски строятся существенно не так, как устные. Сложный характер японского письма (китайские иероглифы и две азбуки: хирагана и катакана, к которым сейчас ещё добавилась латиница) приводит к тому, что письменные и устные жанры здесь имеют значительные особенности, рассматриваемые в статье. Письменные и устные тексты различаются не только каналом связи, но и многими другими параметрами. Показано использование в разных жанрах форм вежливости (кэйго): например, научный доклад в печатном или рукописном виде не требует обязательного употребления этих форм по отношению к читателю или к цитируемому учёному, но если с этим докладом выступают, то они необходимы. Обсуждаются различия, связанные с линейным восприятием устной речи и нелинейным восприятием письменного текста: письменные японские тексты строятся так, чтобы читатель, в первую очередь, воспринимал их не побуквенно, а сразу выделял наиболее значимые иероглифы. Освоение японской письменности требует дополнительных усилий, но знание иероглифов это компенсирует. В устных текстах остро стоит проблема снятия омонимии. В письменных текстах возможны дополнительные средства выразительности, невозможные в устной речи.

Ключевые слова: письменный вариант языка, устный вариант языка, японский язык, иероглиф, катакана и хирагана, фуригана, вежливость (кэйго)

Для цитирования: Алпатов В. М. Письменные и устные жанры в японском языке: способы интерпретации информации и вежливость // Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 239–243. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-239-243>, EDN: IQNSUN

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Written and oral genres in the Japanese language: Ways of interpreting information and politeness

V. M. Alpatov

Institute of Linguistics of Russian Academy of Sciences, 1 Bol'shoi Kislovskiy per., Moscow 125009, Russia

Vladimir M. Alpatov, v-alpatov@iling-ran.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4323-2832>

Abstract. Texts in Japanese intended for written perception are constructed significantly differently from oral ones. The complex nature of Japanese writing (Chinese characters and two alphabets: hiragana and katakana, to which the Latin alphabet has now been added) leads to the fact that written and oral genres here have significant features, which are considered in the article. Written and oral texts differ not only in the communication channel, but also in many other parameters. The use of politeness forms (keigo) in different genres is shown: for example, a scientific report in printed or handwritten form does not require the obligatory use of these forms in relation to the reader or to the scientist being cited, but if this report is presented, then they are necessary. The differences between the linear perception of oral speech and the nonlinear perception of written text are discussed: written Japanese texts are constructed so that the reader, first of all, perceives them not letter by letter, but immediately identifies the most significant hieroglyphs. Mastering Japanese writing requires

additional effort, but knowledge of hieroglyphs compensates for this. In oral texts, the problem of removing homonymy is acute. In written texts, additional means of expression are possible that are impossible in oral speech.

Keywords: written version of the language, oral version of the language, Japanese language, hieroglyph, katakana and hiragana, furigana, politeness (keigo)

For citation: Alpatov V. M. Written and oral genres in the Japanese language: Ways of interpreting information and politeness. *Speech Genres*, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 239–243 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-239-243>, EDN: IQNSUN

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Очень часто в лингвистике предполагается, что разговорные тексты должны иметь устную реализацию, а книжные – письменную. Два противопоставления постоянно смешиваются. Например, в книге [1] противопоставляются то «разговорная речь» и «строгая письменная речь», то «письменный стиль речи», и «разговорный литературный язык», то «письменная разновидность литературного языка» и «разговорная речь», то «письменная речь» и «нейтрально-литературная речь». Однако М. В. Панов указывал: «Разговорный стиль чаще всего воплощается в устной речи, хотя не только в ней), а книжный – в письменной речи (однако не всегда именно в ней» [2: 151]. Также часто нестрого выделяются речь, язык и стиль.

Постоянно смешиваются несколько противопоставлений. Во-первых, это противопоставление устного и письменного каналов речи. Во-вторых, это противопоставление заранее приготовленной и спонтанной речи. В-третьих, это противопоставление диалогической и монологической речи. В-четвёртых, это собственно противопоставление книжной и разговорной речи, которое трудно строго определить, но оно интуитивно ощущается носителями языка.

Далее, несколько идеализируя ситуацию, мы будем говорить лишь о противопоставлении устного и письменного вариантов языка, а также о противопоставлении книжного и разговорного его вариантов. Обычно внимание обращается на второе противопоставление, а первое игнорируется. Однако в современном мире нередки различия, связанные именно с каналом связи. Особенно резкие различия имеют место в языках, использующих иероглифику, в том числе в японском.

Однако и в русском языке различия нередки. Например, инициалы свободно употребляются не только в книжных, но и в любых письменных текстах, зато для устных текстов, включая и книжные, они не подходят. Кавычки на письме имеют несколько функций, но в устной речи можно лишь в крайних случаях говорить *в кавычках* или *так называемый*. И редко фиксируемое различие: в диалоге

редки очень длинные периоды речи одного из говорящих, обычно в некоторых местах в них вставляются короткие реплики собеседника (да, ну и т. д.).

Я подробнее рассмотрю различия в японском языке, где они особенно бросаются в глаза. Многие из них связаны со сложным характером японской письменности: в течение многих веков используются китайские иероглифы и две азбуки: хирагана и катакана, а сейчас ещё добавилось латинское письмо. Кроме того, многие из иероглифов могут читаться по-разному. В японском языке у большинства иероглифов есть как минимум два чтения: «китайское» (он), когда-то заимствованное из Китая вместе с иероглифом, и японское (кун), соответствующее по значению. Онные чтения чаще употребляются в составе сложных слов, а кунные чтения – в сочетаниях с грамматическими элементами. Многие слова из китайского слоя лексики не представляют трудностей для восприятия при иероглифической записи, но из-за значительной омофонии не воспринимаются на слух. Как пишет видный японский лингвист, японский язык хорошо приспособлен к телевидению и плохо к радио [3: 132].

Приведу некоторые примеры. Вот перед нами плакат, где повторяется иероглиф со значением лес, который имеет несколько стандартных чтений и выбор неясен, однако выбирать и не нужно: речь идёт о чём-то, связанном с лесом. В данном случае это приглашение участвовать в дне леса. А вот пример, который с моей наводки попал даже в книгу известного математика В. А. Успенского [4: 562–563]. В объявлении в токийской электричке весь текст состоял из иероглифа со значением брак, свадьба, последовательности из трёх знаков катаканы, читающихся лю:та, и номера телефона. Так как иероглиф имеет чтение кон, то в сочетании с катаканой получается конлю:та. Значение очевидно: рекламируется агентство по компьютерному подбору брачных пар. Компактность передачи очевидна, и устно сохранить её невозможно.

Сейчас уже достаточно известно существование в японском языке развитой системы

так называемых форм вежливости (кэйго), которые точнее называть формами этикета. Начальный доклад в печатном или рукописном виде не требует обязательного употребления этих форм по отношению к читателю или к цитируемому учёному: оно иногда встречается, но скорее как чья-то индивидуальная особенность. Однако если с этим докладом выступают, то необходим этикет и по отношению к присутствующим, и по отношению к уважаемым учёным, если они упоминаются (*Профессор N говорит*).

А вот телепередача из парламента. В устном тексте здесь, например, в парламентских дебатах, речь произносится быстро и её трудно воспринять, поэтому они, помимо трансляции, передаются бегущей строкой, но формы этикета (кэйго), обязательно имеющиеся в речах, в бегущей строке опускаются ввиду низкой информативности. И это вполне допустимо. Нет нарушения этикета.

В устной речи в начале диалога положено использовать средства установления контакта с собеседником (фатическая функция языка, по Р. Якобсону), это могут быть и полнозначные слова, и междометия или частицы. На письме универсальным средством, если не требуется очень большая вежливость, является слово *zenkyaku* (буквально *предыдущее опускаю*), после которого пишущий сразу переходит к делу. Когда я писал эту статью, ко мне пришло новогоднее письмо японского профессора, где после обращения следовало это слово, не употребляющееся в устной речи.

Всё более значительную роль в письменной японской речи играет латиница. Часто она употребляется наряду с катаканой, имея особое стилистическое значение «высшего класса» [3: 131; 5: 90], но бывает, что употребление латиницы оказывается обязательным. Фамилия иностранца может писаться катаканой, но имя принято писать латиницей. Только латиницей пишут некоторые аббревиатуры, например, ОК, NHK (название ведущей телекомпании), а сейчас и заголовки женских и молодёжных журналов.

Очень существенную роль в японской письменной речи играет так называемая фуригана. Параллельно основному слову или словосочетанию катаканой или хираганой (а теперь иногда и латиницей) пишется и некоторое другое. Если текст написан вертикально (как это традиционно принято в Японии), то другое слово или словосочетание пишется справа, если текст горизонтален (что в Японии уже часто бывает под западным влиянием), то пишется сверху. У фуриганы несколько функций. Она может указывать, как читать основной текст; это особенно важно, если иероглиф недостаточно известен, но, например, в комик-

сах фуригана может быть приписана чуть ли ни к любому иероглифу. В журналах для девушек она к тому же выступает в виде катаканы даже там, где принята хирагана: катаканой пишутся заимствования из английского языка, и создаётся эффект престижности. Но фуриганой также может записываться синоним слова, записанного иероглифами, или слово, близкое, но не совпадающее по значению. Например, в титрах французского фильма иероглифами написано *бэйдзин* (американец), *моногатари* (повесть, роман), а фуриганой – *амэрикэн*, роман. На вывеске родильного дома иероглифами написано *фудзин* (женщина, женщины), а катаканой *ladies*. Ещё в одном месте было написано иероглифами *бэндзё* (уборная, сейчас не очень вежливо), а сбоку сразу два варианта: *toire* (туалет) и *отэараи* (место для мытья рук): значение одинаково, но каждое последующее слово вежливее предыдущего. В художественной литературе фуригана может создавать те или иные образы.

Во времена языковых реформ после Второй мировой войны было решено отменить фуригану, которая затрудняла полиграфию, особенно в случае горизонтального набора. Однако японцы привыкли к фуригане, при сложной японской письменности очень облегчающей понимание. На деле фуригана никогда не исчезала из употребления, и её отмена была аннулирована. Но в устном варианте языка её не может быть.

Конечно, фуригана – очень специфичное для японского языка явление, и всё же мне в Москве на русском языке попался такой пример. Во время эпидемии гриппа на входной двери в поликлинику появилось объявление, требовавшее больным с температурой проходить в здание не здесь, а через другой вход. Был написан известный знак температуры, а над ним более мелкими буквами было подписано *температура*. Чем не фуригана?

И многие различия связаны с линейным восприятием устной речи и нелинейным восприятием письменного текста. Академик Н. И. Конрад писал японскому коллеге, приславшему для него книги: «Когда я бегло просматривал эти книги, переворачивая одну страницу за другой, у меня возникло ощущение, будто я погружаюсь в мир каких-то понятий. Так как я только перелистывал книгу, а не читал ее, что в ней говорится, я уловить не мог, но о чём говорится, для себя книгу, это – о чём в ней написано; получается, что наличие иероглифов дает на это быстрый и точный ответ при одном взгляде. При европейской системе письма мы должны были бы прочитать весь текст или по крайней мере отдельное слово все полностью. При япон-

ской же системе письма первая, начальная информация получается наиболее быстрым и экономичным путем через одни иероглифы» [6: 493–494].

Письменные японские тексты строятся так, чтобы читатель, в первую очередь, воспринимал их не побуквенно, а сразу выделял наиболее значимые иероглифы (что и отмечал Н. И. Конрад). Особенno это важно в рекламе и заголовках. Здесь текст сокращается до его иероглифической части с добавлением по необходимости лишь катаканы, которой пишутся заимствования из западных языков; пишущиеся хираганой грамматические элементы чаще всего опускаются, предложение становится назывным. Сразу должны восприниматься «ударные» иероглифы. Компактность максимальна. Например, японский аналог русской фразы *Во дворе злая собака* – это иероглиф, обозначающий собаку.

Компактность также достигается за счёт изменения грамматической структуры. Вот мы имеем два равнозначных предложения (грамматически оформленное и назывное): *кэйо:-дайгаку о соцүгё:-симасита и кэйдайсо-цу*. Их значение окончил университет Кэйо. Второе предложение образовано из первых иероглифов сложных слов первого предложения. Для человека, владеющего иероглификой (а таких большинство), оно легко узнаётся, но оно абсолютно не понятно на слух. Его озвученным вариантом будет первое предложение. Отмечу и то, что во втором, назывном предложении никак не выражается вежливость, а в первом, полном предложении она необходима. Выделение «ударных» иероглифов важно также при дефиците времени, например, на телезэкране. Компактность создаётся целенаправленно, с целью создания тех или иных стереотипов у читающего. «Стереотип превращается в одно слитное понятие, обладающее, подобно сжатой пружине, большой энергией» [7: 121–122]. Это важно в любой пропаганде, в том числе в рекламе.

Может быть так, что явление, встречающееся во многих, если не во всех языках, в японском языке особенно бросается в глаза. Выше упоминались короткие реплики-реакции в диалоге внутри речи собеседника; в Японии их называют *аидзуми* (буквально *дружные молоты*), существует литература, им посвящённая. Такие реплики предлагают собеседнику продолжать говорить, отмечено, что они встречаются много чаще, чем английском, японском и, видимо, русском языке. С этим связано несопадение в значении между *да* или *yes*, с одной стороны, и японским *хай*, с другой: в ответе на вопрос *хай* значит *да*, но в диалоге он значит: *я Вас понимаю, продолжайте*, что часто ведёт к ошибкам.

Итак, рассчитанные на письменное восприятие тексты по-японски строятся существенно не так, как устные. Конечно, освоение японской письменности требует дополнительных усилий, но знание иероглифов это компенсирует.

По данным вопросам см. также мою публикацию [8].

Письменный и устный варианты языка тесно связаны с речевыми жанрами. Фуригана или сезонные приветствия [9] возможны лишь на письме, а «дружные молоты» лишь в устной речи. Но и там, где жанр возможен и там, и там, всегда имеются значительные особенности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Граудина Л. К., Ицкович В. А., Кала��уцкая Л. П. Грамматическая правильность русской речи. Опыт частотно-стилистического словаря вариантов. М. : Наука, 1976. 458 с.
2. Панов М. В. Труды по общему языкоznанию и русскому языку : в 2 т. Т. 2. М. : Языки славянской культуры, 2007. 848 с.
3. Судзуки Такао. Гэнго-кансё-кара мита кокусай-эйго, нихонго эйгока, эйгоно-нихонгока (Международный английский язык с точки зрения языкового вмешательства, англизация японского языка и японизация английского языка) // Кэйё:-дайгаку-гэнго-бунгаку-кэнкю:-. дзё:-киё: (Записки НИИ языка и литературы при университете Кэйё), 15. Токио, 1987. С. 15–32.
4. Успенский В. А. Труды по нематематике : в 2 кн. Кн. 3. М. : Объединенное гуманитарное издательство. Фонд «Математические этюды», 2013. 711 с.
5. Танака Акио. Нихонго накано катаана-эйго (Катаанный английский внутри японского языка) // Гэнго-сэйкацу (Языковое существование). 1984. № 8. С. 28–44.
6. Конрад Н. И. Запад и Восток. Изд. 2-е. М. : Наука, 1972. 496 с.
7. Чугров С. В. Стереотипы в общественном сознании Японии // Япония: культура и общество в эпоху НТР. М. : Восточная литература, 1985. С. 112–128.
8. Аллатов В. М. О двух разновидностях устного и письменного вариантов современного японского литературного языка // Устные формы литературного языка. История и современность. М. : Эдиториал УРСС, 1999. С. 166–182.
9. Аллатов В. М. Жанр сезонных приветствий в японской культуре // Жанры речи. 2024. № 3 (43). С. 233–236. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-3-43-233-236>, EDN: FTNUCE

REFERENCES

1. Graudina L. K., Itskovich V. A., Kalakutskaya L. P. *Grammaticheskaya pravil'nost' russkoy rechi. Opyt chastotno-stilisticheskogo slovarya variantov* [Grammatical correctness of Russian speech. An attempt at a frequency-stylistic dictionary of variants]. Moscow, Nauka, 1976. 458 p. (in Russian).
2. Panov M. V. *Trudy po obshchemu yazykoznaniiyu i russkому yazyku: v 2 t. T. 2* [Works on general linguistics

and the Russian language: in 2 vols. Vol. 2]. Moscow, Languages of Slavic Culture, 2007. 848 p. (in Russian).

3. Suzuki Takao. *Gengo-kansho-kara mita kokusai-eigo, nihongono eigoka, eigono-nihongoka* [International English from the Point of View of Language Interference, Anglicization of Japanese, and Japanization of English]. *Keiyo:-daigaku-gengo-bungaku-kenkyu:-. jo:-kiyo:* [Notes of the Research Institute of Language and Literature at Keiyo University]. 15. Tokyo, 1987, pp. 15–32. (in Japanese).

4. Uspensky V. A. *Trudy po nematematike: v 5 kn. Kn. 3* [Works on non-mathematics: in 5 books. Book 3]. Moscow, United Humanitarian Publishing House. Fund “Mathematical Etudes”, 2013. 711 p. (in Russian).

5. Tanaka Akio. *Nihongono nakano katakana-eigo* [Katakana English inside the Japanese language]. *Gengo-seikatsu* [Language Existence], 1984, no. 8, pp. 28–44. (in Japanese).

6. Konrad N. I. *Zapad i Vostok. Izd. 2* [West and East. Ed. 2nd]. Moscow, Nauka, 1972. 496 p. (in Russian).

7. Chugrov S. V. Stereotypes in the public consciousness of Japan. In: *Yaponiya: kul'tura i obshchestvo v epokhu NTR* [Japan: Culture and society in the era of the scientific and technological revolution]. Moscow, Vostochnaya literatura, 1985, pp. 112–128 (in Russian).

8. Alpatov V. M. On two varieties of oral and written variants of the modern Japanese literary language. In: *Ustnyye formy literaturnogo yazyka. Iстория i современность* [Oral forms of the literary language. History and modernity]. Moscow, Editorial URSS, 1999, pp. 166–182 (in Russian).

9. Alpatov V. M. The genre of seasonal greetings in Japanese culture. *Speech Genres*, 2024, no. 3 (43), pp. 233–236 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-3-43-233-236>, EDN: FTNUCE

Поступила в редакцию 10.01.2025; одобрена после рецензирования 21.01.2025;
принята к публикации 21.01.2025; опубликована 30.09.2025

The article was submitted 10.01.2025; approved after reviewing 21.01.2025;
accepted for publication 21.01.2025; published 30.09.2025

ИССЛЕДОВАНИЯ ОТДЕЛЬНЫХ ЖАНРОВ

Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 244–253

Speech Genres, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 244–253

<https://zhanry-rechi.sgu.ru> <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-244-253>, EDN: IUWRHG

Научная статья
УДК 811.161.1'27

Трансформация жанра «публичное извинение»

Е. В. Лаврентьева, Т. И. Стексова[✉]

¹Новосибирский государственный педагогический университет, Россия, 630126, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, д. 28

²Сибирский государственный университет путей сообщения, Россия, 630049, г. Новосибирск, ул. Дуси Ковальчук, д. 191

Стексова Татьяна Ивановна, доктор филологических наук, профессор кафедры современного русского языка и методики его преподавания, steksova@inbox.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4275-7450>

Лаврентьева Елизавета Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой «Русский язык и восточные языки», lev300374@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2398-2257>

Аннотация. Авторы посвятили статью характеристике в семантико-прагматическом аспекте жанра публичного извинения в русском масс-медиийном пространстве. Выбор предмета исследования обусловлен ростом популярности и повышением частотности извинений в открытом формате через СМИ и социальные сети, что можно объяснить изменением социокультурной ситуации и трансформацией общественных ценностных ориентиров. Целью статьи является обоснование предположения о том, что публичное извинение как вариант, возникший в результате процесса модификации инвариантной модели, функционирующей в межличностном взаимодействии, трансформируется в омонимичный жанр, который имеет иные жанрообразующие характеристики. В последние годы наблюдается развитие так называемой «культуры отмены», когда действия (в том числе и речевые) людей или организаций вызывают общественный резонанс, следствием чего становится резкая критика и осуждение. Публичные извинения являются действенным способом смягчить негативные последствия и попытаться сохранить или восстановить репутацию. Это приводит к серьезному изменению некоторых жанрообразующих признаков, в частности к исчезновению искренности, появлению вынужденности речевого действия, изменению фактора адресата. Адресат извинения предстает в виде двух адресатов: номинального и реального. Публичное извинение функционирует как реактивный жанр, что дает возможность зафиксировать трансформацию двухшаговой схемы реализации (малефактивное действие – извинение) в трехшаговую: малефактивное действие – реакция общественности/ представителей властных структур – извинение. Все это позволяет говорить о том, что публичное извинение перестает быть вариантом жанра извинения и стремится стать самостоятельным гибридным жанром.

Ключевые слова: речевой жанр, жанрообразующие признаки, публичное извинение, трансформация жанра

Для цитирования: Лаврентьева Е. В., Стексова Т. И. Трансформация жанра «публичное извинение» // Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 244–253. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-244-253>, EDN: IUWRHG

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Transformation of the genre “public apology”

Е. В. Lavrentyeva, Т. И. Steksova[✉]

¹Novosibirsk State Pedagogical University, 28 Viluyskaya St., Novosibirsk 630126, Russia

²Siberian Transport University, 191 Dusya Kovalchuk St., Novosibirsk 630049, Russia

Tatiana I. Steksova, steksova@inbox.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4275-7450>
 Elizaveta V. Lavrentieva, lev300374@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2398-2257>

Abstract. The article is devoted to the characteristics of the genre of public apology in the semantic and pragmatic aspect in the Russian mass media space. The choice of the subject is due to the growing popularity and increasing frequency of apologies made through media and social networks. This trend can be explained by changes in the socio-cultural landscape and the transformation of societal value orientations. The aim of the article is to substantiate the assumption that public apology, as a variant that emerged through the modification of the invariant model functioning in interpersonal interactions, is transforming into a homonymous genre that has different genre-forming characteristics. In recent years, the development of the so-called “cancel culture” has resulted in public resonance, harsh criticism and condemnation of particular actions (including speech) of people or organizations. Public apologies are an effective way to mitigate those negative consequences and try to save or restore reputation. This leads to a serious change in some genre-forming features, in particular, the disappearance of sincerity, the emergence of compelled speech acts, and a change in the addressee factor. The addressee of the apology is now seen as having two facets: nominal and real. The public apology functions as a reactive genre, which makes it possible to observe the transformation of the two-step implementation model (offensive action – apology) to a three-step one: offensive action – reaction of the public/representatives of government structures – apology. All this supports the conclusion that the public apology ceases to be a variant of the apology genre and is instead evolving into an independent hybrid genre.

Keywords: speech genre, genre-forming features, public apology, genre transformation

For citation: Lavrentyeva E. V., Steksova T. I. Transformation of the genre “public apology”. *Speech Genres*, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 244–253 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-244-253>, EDN: IUWRHG

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Постановка проблемы

Исследования речевого жанра извинения позволило лингвистам выделить и обосновать его различные подтипы, такие, например, как метакоммуникативные, конвенциональные и «извинения по существу» [1]. Причем, последний тип может быть представлен в виде вариантов: межличностного извинения и публичного. Нужно отметить, что публичное извинение не так давно попало в фокус внимания исследователей в отличие от межличностного извинения, получившего исчерпывающее и детальное описание в лингвистических трудах [1–7 и др.]. Активизация исследовательского интереса к публичному извинению наблюдается в последние пять – десять лет, что свидетельствует о релевантности в современном информационном обществе этой жанровой формы. Отметим наиболее интересные работы в контексте нашего исследования. Используя в качестве материала для анализа извинения участников «голой вечеринки», вызвавшей ажиотаж в медийном пространстве, И. И. Дубинина рассматривает публичное извинение в аспекте корректирующего коммуникативного поведения объекта «культуры отмены» [8]. Представляет интерес исследование, в котором популярные в последнее время видеоизвинения как одна из форм публичного извинения квалифицируются как особый жанр современной сетевой публичности [9]. Очевидного внимания заслуживают

публикации Н. Н. Кошкаровой, посвященные интересующей нас жанровой форме. Причем стоит отметить, что в публикации 2020 г., представляющей характеристику публичного извинения как речевого жанра, функционирующего в разных типах дискурса, речь идет о модификации публичного извинения в плане его структурно-семантических и когнитивно-дискурсивных особенностей [10], а в более поздних работах (2023–2024 гг.) публичное извинение оценивается как новый массмедиийный жанр [11], новый жанр когнитивно-дискурсивного пространства [12]. Этот вывод нам представляется более справедливым, но требующим лингвистического доказательства.

Цель статьи заключается в обосновании того, что публичное извинение как вариант, возникший в результате процесса модификации инвариантной модели, функционирующей в межличностном взаимодействии, трансформируется в омонимичный жанр, который имеет иные жанрообразующие характеристики. С одной стороны, «форма и некоторые функции публичного извинения в большой степени совпадают с межличностным извинением, хотя их последствия могут быть различны» [13: 184]. С другой стороны, в настоящий момент публичное извинение подвергается трансформации под влиянием активных социокультурных и экономических изменений. В результате происходящих динамических процессов меняются, наряду с прагматикой,

и жанрообразующие характеристики публичного извинения, описание которых в со-поставлении с личностно ориентированным извинением входит в задачи исследования.

Методы исследования

Для этого будем придерживаться предложенного Т. В. Шмелевой модельного подхода в описании речевого жанра, дающего нам возможность установить признаки, по которым современное публичное извинение отличается от своего прототипа [14].

Дискуссия и результаты

Начнем с ключевого показателя речевого жанра, способного его идентифицировать, – коммуникативной цели. И в этой связи отметим, что относительно своей иллокутивной функции извинение не получило однозначной трактовки в концепциях представителей прагмалингвистики. В традиционном понимании извинения относят к этикетным речевым формулам (Н. И. Формановская) [2]. В рамках теории речевых актов с опорой на концепцию Дж. Серля извинения нередко включают в число экспрессивных речевых актов, служащих для выражения «психологического состояния, задаваемого условием искренности относительно положения вещей, определенного в рамках пропозиционального содержания» [15: 183]. Так, Н. А. Трофимова, квалифицируя извинение как экспрессив, расширяет терминологические рамки и предлагае включить его в группу социативных речевых актов (социативов) – речевых актов выражения признания говорящим слушающего как члена одной с говорящим социальной группы, реализуемого в определенных стандартных ситуациях [5: 22]. Р. Ратмайр, автор одной из наиболее известных и признанных монографий об извинении, высказывания с семантикой извинения интерпретирует как директивные речевые акты [1].

Нет единодушия и среди сторонников теории речевых жанров Т. В. Шмелева, Т. В. Тарасенко определяют извинения как этикетные речевые жанры, представляющие собой конвенциональные речевые реакции на стандартные ситуации социального общения [3, 14]. В. В. Дементьев, противопоставляя жанры информативной и фатической речи, видит извинение в ряду фатических жанров [16]. По мнению М. Ю. Федосюка, способность поддержать или улучшить эмоциональное состояние адресата дает основание включить извинение в число эмотивных жанров [17]. Отсутствие однозначного решения по поводу статуса извинения, на наш взгляд, можно

объяснить сложностью коммуникативного намерения субъекта извинения.

По А. Вежбицкой, формула извинения содержит следующие семантические единицы:

знаю, что я сделал нечто, что было для тебя плохо;

думаю, что ты можешь чувствовать ко мне нечто плохое по этой причине;

говорю: я жалею, что я это сделал;

говорю это, потому что хочу, чтобы ты не чувствовал ко мне ничего плохого [18: 104].

Предложенное исследователем семантическое толкование жанра подтверждает предположение о комплексности коммуникативной цели извинения, интегрирующей несколько интенций: 1) признание своей вины в ситуации или событии; 2) выражение сожаления по поводу последствий своего проступка; 3) просьба о прощении. Иными словами, интенциональное содержание извинения представляет собой комбинацию информативного, оценочного и императивного компонентов (о полиинтенциональности извинения как речевого акта см. [5]).

В этой связи представляет интерес точка зрения Л. Н. Чиновой, в работе которой на основании степени серьезности проступка и различия в характере коммуникативной цели обосновывается дифференциация извинения на два отдельных, хотя и близких друг другу, речевых жанра: 1) «принесение извинения», 2) «просьба о прощении» [19]. В первом случае актуализируется интенция – выражение сожаления по поводу своего поведения, во втором – получение прощения. Подобный подход находим и в диссертационном исследовании Е. В. Артамоновой, рассматривающей просьбу о прощении и принесение извинения как отдельные жанры сквозь призму религиозных и светских ценностей [6]. Вопрос о дифференциации высказываний с семантикой извинения может стать поводом для дальнейшей дискуссии, но, на наш взгляд, признание полиинтенциональности извинения раздвигает границы вариативности жанра, обусловленной актуализацией одного из компонентов коммуникативной цели.

Согласно М. Дойтчманну, прототипическая модель извинения включает четыре основных компонента: «обидчика», «обиженного», «обиду» и «возмещение» [цит. по: 20]. Рассмотрим в качестве примера извинение Мити Фомина, в котором он выступает «обидчиком» – тем, кто чувствует ответственность за совершенное действие, требующее извинение; в роли «обиженного» (в терминологии М. Дойтчманна – это жертва «обиды») фигурирует стилист Александр Рогов, которого певец в своем интервью оскорбил, назвав «располневшей теткой средних лет»: (1) «Я позволил

себе такие резкие высказывания в адрес известного уважаемого стилиста Александра Рогова. Прошу меня великодушно извинить. Я не смотрел тот эпизод, который себе позволил. Мне даже стыдно, честно говоря. Я не читал и не хочу читать, что говорит Саша. Я хотел извиниться и сказать, что здравая критика – это всегда хорошо, это нужно, особенно публичным людям, которые иногда заговариваются, забываются <...>» (<https://peopletalk.ru/article/peremirie-mitya-fomin-izvinilsya-pered-aleksandrom-rogovym/>). В данном случае можно говорить о реализации инварианта речевого жанра извинения, структурообразующим признаком которого является его межсубъектность. Публичность этого высказывания заключается в том, что оно нашло свое воплощение в медийном пространстве, говорящий относится к публичным персонам, для которых обнародовать свои действия стало нормой, привычным способом привлечь к себе внимание, так сказать «пропиариться». В данном примере эксплицируются все компоненты коммуникативной цели извинения: 1) признание своей вины в ситуации или событии (Я позволил себе такие резкие высказывания в адрес известного уважаемого стилиста Александра Рогова.); 2) выражение сожаления по поводу последствий своего проступка (Мне даже стыдно, честно говоря); 3) просьба о прощении (Прошу меня великодушно извинить).

Содержание жанра публичного извинения напрямую связано с нанесением обиды и необходимостью признать это.

«Обида» – это действие или состояние, требующее извинения [20]. Публичные извинения относятся к «извинениям по существу», по Р. Ратмайр [1]: в фокусе находятся серьезные нарушения или проявления дисгармоничного поведения, вызывающие общественный резонанс, такие как

- 1) оскорбительные высказывания (извинения чеченского учителя Мансура Жабраилова за инвективные выражения в сторону христиан <https://www.gazeta.ru/social/2024/10/09/19885657.shtml>),
- 2) действия, которые получили общественную оценку как неэтичные или аморальные (запоздалое извинение Алсу за нечестную победу ее дочери в шоу «Голос» с помощью массированного голосования подписчиков <https://www.fontanka.ru/2024/04/25/73507172/>),
- 3) ошибки в работе (извинения перед клиентами компании «Мегафон» за сбой в работе сети, который привел к проблемам с мобильной связью <https://biektaw.ru/news/novosti/megafon-izvinilsya-za-sboy-i-zayavilo-gotovnosti/>),

- 4) неуместное поведение (извинения Ольги Бузовой за откровенный наряд на выступлении в Уфе в день защиты детей <https://radio1.ru/news/shou-biznes/golaya-vecherinka-v-den-zaschiti-detei-cto-grozit-buzovoi-za-skandalnoe-vistuplenie-v-ufe/>)

В случае с публичным извинением нужно отметить обязательность экспликации повода для извинения (иначе, «обиды») в отличие от межличностных извинений, в которых объект извинения может не называться, так как входит в прагматическую пресуппозицию.

Жанрообразующим признаком в рамках медийного дискурса является особый характер коммуникативного взаимодействия автора и адресата высказывания. В инварианте образы автора (обидчика) и адресата (обиженного) социально не маркированы. Социальные роли коммуникантов могут быть как симметричными, так и асимметричными, причем автор извинения может быть и «выше» и «ниже» адресата. Публичное извинение также относится к жанрам персонального авторства (по Г. И. Богину [21]). Отличие заключается в том, что автор извинения либо равен адресату, либо вынужденно ставит себя во временную **позицию** нижестоящего. В большинстве случаев публично извиняются известные личности, представители компаний или организаций, реже – руководители и государственные лидеры, то есть чаще всего извинения звучат от тех, чья деятельность находится в фокусе общественного внимания. Автором публичного извинения могут стать и обычные, так скажем, не медийные личности, чьи действия вызвали общественный резонанс. Так, в телеграмм-канале телепрограммы «Вести. Дежурная часть» нередко публикуются извинения нарушителей общественного порядка (например, извинение велохама из Ижевска <https://izhlife.ru/criminality/velokham-iz-izhevskaya-izvinilsya-pered-zhitelyami-v-otdeleni-politsii.html>)

Для личностроно ориентированного извинения обязательным условием воплощения жанра становится отрицательная оценка события со стороны автора высказывания. Концептуальным в образе говорящего становится искреннее признание им своей вины. По И. А. Мельчуку, А. К. Жолковскому: вина *X*-а перед *Y*-ом за *Z* = *тот факт*, что *существует или лицо X каузировало или допустило факт Z, нежелательный для существа или лица Y и противоречащий социальным или нравственным нормам, в результате чего Y имеет юридическое или моральное превосходство над X-ом* [цит. по: 1: 43]. Согласно Н. И. Формановской, «суть ситуации извинения – словесное искупление вины, про-

ступка» [22: 125]. С точки зрения психологии мотивом извинительного высказывания может быть 1) освобождение от чувства вины, 2) регулирование жизни в социуме; 3) стремление продемонстрировать с помощью извинения ценность того человека, с кем мы стоим в близких отношениях (<https://skillbox.ru/media/growth/apologies>). Сравним у Робин Лакофф: Иногда извинение – это всего лишь разговорная формула со значением «Мне вы не безразличны, я понимаю, что вы расстроены» [13: 184]. Этим отчасти объясняется частотность извинений в речи женщин, обладающих большей способностью к эмпатии. Публичные извинения, в отличие от межличностных, способных улучшить эмоциональное состояние говорящего, всегда болезненны, что объяснимо страхом потерять лицо, так как извинение наносит ущерб авторитету говорящего. В этой связи справедливо наблюдение И. И. Дубининой, что нередко в публичном извинении происходит трансформация понятия вины: проступок выгодно переквалифицировать в ошибку в целях минимизации негативной оценки и сохранения репутации [8]. Действительно, признавать вину под прицелом общественного мнения психологически трудно, значительно проще согласиться с тем, что допустил ошибку (вспомним выражение Филиппа Киркорова, имеющего все шансы стать крылатым, «Зашел не в ту дверь»).

Согласимся с Н. Н. Кошкаровой, что одним из системообразующих прагматических факторов публичного извинения становится его принудительность и вынужденность [23]: высказывание может быть детерминировано не только стремлением соответствовать общественным ожиданиям, но и реальным директивам со стороны соответствующих инстанций. Так, депутат Госдумы от Пермского края Алексей Бурнашов разместил пост с извинениями за пьяный дебош и оскорбления сотрудников полиции после решения Комиссии Государственной думы по вопросам депутатской этики указать депутату на недопустимость подобного поведения и предложения принести публичные извинения (<https://echoperm.ru/news/261/165241/>). В последнем случае можно говорить об облигаторности публичного извинения в релевантных ситуациях. Следствием вынужденности и эмоциональной болезненности для говорящего становится его очевидная неискренность и демонстративность. Так, у Ксении Собчак по поводу «голой вечеринки» неискренность извинения проявляется в оценочной интерпретации события, что эксплицируется путем использования оценочных лексем: (2) «Отмена артистов, участвовавших там, и разговоры об идеологической диверсии – это глупости. Делать из идиотских фото-

графий высказывания, превращать участников **фигни** в преступников – это пошлость на пошлости». (<https://www.rbc.ru/society/26/12/2023/658adbaa9a794706840777e9>). Сложно говорить об искреннем признании вины, когда говорящий номинирует поступок, за которое извиняется, «фигней». Но сложившаяся ситуация вынуждает ее извиниться: «Могу сказать за себя: я точно никого не хотела обидеть и оскорбить. Если кого-то оскорбил мой внешний вид, я за это извиняюсь». Любопытным представляется здесь номинация адресата обиженнего: *кого-то*.

Известно, что любое высказывание рассчитано на определенную модель адресата [24]. В случае трансформации публичного извинения образ адресата также претерпевает изменения. Извинения могут быть адресованы этнической, религиозной или социальной группе, посчитавшей действия дискредитирующими или оскорбительными; поклонникам или подписчикам, если слова или действия медиийных персон были восприняты как обесценивание или предательство. Иными словами, в отличие от межсубъектного публичной версия извинения ориентирована на массового рассредоточенного адресата, на некий сегмент социума, представители которого отреагировали на действия субъекта извинения. В качестве иллюстрации приведем извинение блогера Сергея Косенко по поводу снятого им видео с брошенным в сугроб ребенком, вызвавшего общественную негативную реакцию: (3) «Приношу извинения всем тем, кто буквально воспринял это видео и кому оно эмоционально навредило – я не хотел принести вам вред» (<https://ria.ru/20240109/kosenko-1920363048.html>). Такой формат обращенности публичных извинений не случаен и объясним. В ситуации публичного извинения схема воплощения жанра усложняется по сравнению с инвариантом. Она становится трехактной: малефактивное действие – реакция общественности или властных структур – извинение. Подтвердим примером. PR-директор компании «Мегафон» Петр Лидов принес извинения за некорректное высказывание о людях, принимавших участие в массовых мероприятиях 12 июня 2017 г. в Москве: (4) «Приношу извинения. Вижу реакцию, понимаю, что был не прав в выборе слов, надо быть сдержаннее. Мегафон тут ни при чем. Спасибо за понимание» (<https://iz.ru/606332/2017-06-15/pr-direktor-megafon-izvinilsia-pered-abonentami-za-oskorblenie-v-twitter>). Таким образом, можно сделать вывод, что публичное извинение воплощается как реактивный речевой жанр, который **вынужденно** звучит как ответ на общественное осуждение и критику.

Специфика публичных извинений заключается не только в их запрограммированности на широкую аудиторию. Их вынужденность и принудительность (так, извинение блогера С. Косенко было опубликовано после поручения Председатель СК РФ Александра Бастрыкина возбудить уголовное дело) приводит к тому, что по сути они адресованы не тем, кто эксплицирован в высказывании (не тем, кому нанесен реальный ущерб и даже не абстрактной общественности). Их реальным адресатом становятся те, в чью юрисдикцию входит возможность повлиять на ход событий, от кого зависит смягчение последствий для говорящего. Именно по отношению к реальному адресату «обидчик» оказывается в позиции нижестоящего. Так, в извинении организатора «голой вечеринки» – Анастасии Ивлеевой: (5) «*Мне жаль, что это произошло, и что это невозможно было контролировать. Риск того, что кому-то придет в голову себя так вести, не был предусмотрен и заложен в планирование мероприятия. Я за это приношу извинения перед всеми: перед обществом и перед своими гостями, которые стали невольно участниками всего происходящего в СМИ*» (<https://newizv.ru/news/2023-12-24/anastasiya-ivleeva-publichno-izvinilas-za-goluyu-vecherinku-v-klube-mutabor-425523>) легко прочитывается, что адресовано оно не участникам скандалного мероприятия, пострадавшим после публикаций фотографий и видео на ряде интернет-ресурсов, и не возмущенным пользователям и общественности. Реальным адресатом этого публичного извинения становятся те, в чьи полномочия входит повлиять на будущее карьеры и бизнеса блогера. На это обращают внимание и комментаторы в социальных сетях: *Никакого "народа никакой "общественности"(не говорю уж об обществе в широком смысле слова) там нет. Не видно, и в реальности не существует, никакого массового возмущения, осуждения, порицания, противодействия – или еще чего-нибудь такого, – направленного на тех, кого обвиняют в ужасном кощунстве и оскорблении народного чувства <...>. Вся ярость исходит не от народа, а исключительно от начальства. <...>. Соответственно, и извиняются не перед "народом а перед "начальством" (С. Пархоменко)¹.*

Таким образом, специфичность публичных извинений заключается в их двойном адресате, когда номинальный (эксплицированный в высказывании) и реальный адресаты не совпадают. И хотя не всегда очевидно, что кому-то конкретному человеку действи-

тельно был нанесен ущерб и он поэтому действительно нуждается в извинениях, публичные извинения, действительно, «имеют серьезные последствия, так как они представляют акценты и передают кому-то право решать, какое значение имеют события, и как о них следует говорить, и кто будет говорить о них публично» [13: 184].

По Р. Ратмайр, перлокуция извинения в случае успеха состоит в предоставлении прощения [1: 63]. Иными словами, фактор будущего личностно ориентированного извинения заключается в стабилизации эмоционального состояния говорящего путем получения прощения. Представляется, что в публичных извинениях искренняя потребность говорящего получить прощение уходит на задний план, важен сам факт произнесения извинения в силу того, что оно носит стратегический характер. В случае с публичным извинением мотивы теряют личностную и морально-нравственную ориентированность, начинают превалировать социальная или правовая составляющие. Публичное извинение выступает как инструмент 1) восстановления испорченной репутации, утрата которой может привести к утрате доверия, отказу в сотрудничестве и, как следствие, материальным потерям (яркий пример – видеопокаяния участников нашумевшей «голой вечеринки», доходы которых на фоне скандала оказались под угрозой); 2) улучшения имиджа после скандала или инцидента (в интернете можно встретить пошаговые практические рекомендации о том, как публичное извинение превратить в удачный пиар-ход); 3) снижения наказание или минимизации последствия правонарушений: в некоторых случаях публичное извинение может использоваться как способ продемонстрировать добрую волю перед судебными или правовыми инстанциями (в качестве примера видео с извинениями из СИЗО певца Шарлотта, опубликованные его адвокатом <https://www.forbes.ru/forbeslife/516672-pevec-sarlot-zapisal-iz-sizo-video-s-izvineniami-patriarhu-kirillu>)

Полиинтенциональность, событийное содержание и pragматическая специфика диктуют языковую структуру публичного извинения. В повседневной речевой практике при условии незначительности проступка, осознаваемой обоими коммуникантами, извинение может быть сведено к перформативному глаголу. Уже отмечалось, что обязательным условием воплощения речевого жанра извинения является искреннее признание говорящим своей виновности. В ситуации публичного извинения говорящий также эксплицировано признает ошибочность своих действий, выра-

¹Сергей Пархоменко – внесен Минюстом России в реестр лиц, выполняющих функцию иностранного агента.

жает по этому поводу сожаление и произносит сакральную формулу извинения. Но в силу вынужденности публичного извинения, и как следствие, чаще всего неискренности коммуникативные задачи говорящего становятся сложнее: он стремится оправдать себя. Ранее было установлено, что сущностная идея оправдания как речевого жанра заключается в обосновании своей невиновности либо в минимизации степени ответственности за случившееся, что дало основание выделить два жанровых подвида:

- оправдание¹ – говорящий не признает вину и протестует против событийного факта или его толкования, тем самым утверждая свою невиновность;
- оправдание² – говорящий признает свою виновность, но приводит какие-либо доводы в свою защиту, тем самым минимизируя степень виновности [24].

В масс-медийном дискурсе извинение реализуется как комплексный (по М. Ю. Федосюку [17]) речевой жанр, включающий интенционально смежные высказывания с семантикой извинения и оправдания. Именно оправдание² становится компонентом публичного оправдания. В качестве подтверждения сказанному приведем опубликованное в телеграм-канале видеоизвинение депутата Госдумы Михаила Делягина за ложное сообщение о смерти военкора ВГТРК Евгения Поддубного: (6) «Я совершил непростительную вещь. Приношу глубочайшие извинения всем. Я глубоко раскаиваюсь и приношу глубочайшие извинения всем, кого я минувшей ночью ввел в состояние шока, ужаса, прежде всего, разумеется, военкору Евгению Поддубному и его родственникам. В представленном высказывании наблюдается эксплицированное признание вины (я совершил непростительную вещь), выражение сожаления (я глубоко раскаиваюсь) и перформативная конструкция, которая звучит дважды, интенсифицируя извинительное высказывание (приношу глубочайшие извинения).

Далее в речи парламентария разворачивается оправдание², в котором говорящий пытается обосновать рациональность своих действий указанием на компетентный, по его мнению, источник информации, эксплицирует свое желание совершить нечто положительное и перекладывает часть своей ответственности на невнимательных журналистов: *Вчера вечером мне позвонил человек, которому я доверял абсолютно, который воюет. Но бывает так, что вы пытаетесь помочь людям или сообщают вам информацию, что происходит на самом деле. Естественно, в большинстве случаев ее реализовать нельзя. Но вчера он позвонил и сказал, что*

это случилось. Я испугался, потому что я знаю достаточное количество историй про людей, которые считаются пропавшими без вести в схожих ситуациях. Соответственно, дальше нет ничего... не возникает ни компенсаций, ни пособий... ничего. Я сообщил эту информацию с указанием, что это сообщают. Я должен был понимать, что значительная, основная часть журналистов, она не читает слова, которые написаны. Она воспринимает общий смысл. Я принес горе большому количеству людей. Мне ужасно стыдно от этого. Но сейчас испытываю огромное чувство облегчения (может, по мне этого не видно), потому что Евгений Поддубный жив. Я действительно пол этой ночи провел в молитвах/ <...> Я понимаю, что по всем правилам нужно иметь не менее трех независимых источников информации, чтобы что-то сообщать. <...> В данном случае я виноват. Я постараюсь своей жизнью эту вину загладить, как и некоторые другие ошибки, которые в своей жизни совершил. Еще раз приношу извинение. Я очень рад, что военкор жив». (<https://lenta.ru/news/2024/08/08/deputat-gosдумы-извинился-за-soobschenie-o-vozmozhnoy-gibeli-poddubnogo/>).

В качестве интенсификатора извинения может прозвучать комиссивное высказывание – обещание компенсировать обиду (или предложение способа исправить ситуацию), как в примере (6), или обещание, что подобное больше не повторится (или обещание приложить усилия предотвратить подобную ошибку в будущем). По Р. Ратмайр, это стратегии, помогающие адресату принять извинение [1]: (7) «Искренние извинения патриарху всея Руси Московскому Кириллу и всем православным верующим за то, что посмел оскорбить их религию. **Больше такого никогда не повторится**. Я осознал, насколько ошибочно высказался на эту тему, и прошу искренне прощения», – говорится в видеообращении обвиняемого в оскорблении чувств верующих певца Шарлота (<https://www.forbes.ru/forbeslife/516672-pevec-sarlot-zapisaliz-sizo-video-s-izvineniami-patriarhu-kirillu>). Согласно Н. Ю. Фанян, «непосредственной функцией комиссивных речевых актов в виде клятв, обещаний, заверений, гарантий является их реализация в виде достаточных доводов. <...> Данные виды доводов могут быть релевантными или нерелевантными, могут быть истинными, но не найти реализации, могут быть ложными, но быть достаточными» [25: 101–102]. Таким образом, с точки зрения языкового воплощения публичные выступления функционируют как контаминированные высказывания, объединяющие два

интенциально близких жанра – извинение и оправдание, нередко интенсифицированные с помощью включения комиссивных высказываний. Отсутствие оправдательного высказывания способно сделать публичное извинение коммуникативно ущербным. Также следует обратить внимание на шаблонность (подробно см. [9]) и тщательную подготовленность формы извинения на публику. Разворачиваясь в медийном пространстве, извинение трансформируется в хорошо спланированный спектакль, возможно срежиссированный с помощью имиджмейкеров или адвокатов.

Заключение

С развитием социальных сетей и цифровых коммуникаций жизнь и речевое поведение каждого члена социума становятся более подотчетными общественности. Каждый шаг может быть зафиксирован и обсужден, что ведет к необходимости публичных извинений в случае ошибок или неуместного поведения. Публичные извинения могут рассматриваться как явление, отражающее общественные изменения и ожидания, и в контексте современного информационного общества они становятся трендом, важным инструментом в преодолении репутационного кризиса и во взаимодействии с общественностью. Влияние экстралингвистических факторов приводит к существенным изменениям жанрообразующих признаков, что позволяет говорить, что публичное извинение перестает быть вариантом жанра извинения и стремится вырваться за его рамки, стать отдельным жанром.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ратмайр Р. Прагматика извинения: Сравнительное исследование на материале русского языка и русской культуры. М. : Языки славянской культуры, 2003. 272 с.
2. Формановская Н. И. Употребление русского речевого этикета. М. : Русский язык, 1984. 198 с.
3. Тарасенко Т. В. Этикетные жанры русской речи: благодарность, извинение, поздравление, соболезнование : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Красноярск, 1999. 19 с.
4. Ларина Т. В. Категория вежливости в аспекте межкультурной коммуникации: на материале английской и русской коммуникативных культур : дис. ... д-ра филол. наук. М., 2003. 495 с.
5. Трофимова Н. А. Экспрессивные речевые акты в диалогическом дискурсе. Семантический, прагматический, грамматический анализ : монография. СПб. : Изд-во ВВМ, 2008. 376 с.
6. Артамонова Е. В. Жанры русской речи: исповедь, просьба о прощении, принесение извинения : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Казань, 2008. 19 с.
7. Шафаги М. Извинение в русском речевом поведении : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2011. 20 с.
8. Дубинина И. И. Корректирующее коммуникативное поведение в контексте дискурсивной практики культуры отмены (на примере публичных извинений медийных персон) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2024. Т. 17, № 10. С. 3549–3555. <https://doi.org/10.30853/phil20240501>
9. Брагина Н. Г., Васютина Е. В. Речевой акт извинения в контексте современной сетевой публичности // Вестник РГГУ. Серия «Литературоведение. Языкоизнание. Культурология». 2024. № 8. С. 42–55. <https://doi.org/10.28995/2686-7249-2024-8-42-55>
10. Кошарова Н. Н. Публичное извинение: вчера, сегодня, завтра // Жанры речи. 2020. № 3 (27). С. 214–221. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2020-3-27-214-221>
11. Кошарова Н. Н. Новые жанры в дискурсе СМИ: аксиологические и лингвопрагматические характеристики // Медиалингвистика. Вып. 10. Язык в координатах массмедиа : материалы VII Междунар. науч. конф.

- (Санкт-Петербург, 28 июня – 1 июля 2023 г.). СПб. : Медиапапир, 2023. С. 692–696.
12. Кошкарова Н. Н. Публичное извинение или публичное унижение: когнитивно-дискурсивные особенности жанра // Новейшая филология: современные парадигмы исследований : сборник тезисов участников Всероссийской научно-практической конференции, посвященной памяти проф. Г. Г. Галич (21–23 марта 2024 г.). Омск : Изд-во ОмГУ, 2024. С. 106–108.
 13. Лакофф Р. Прагматика публичного извинения // Жанры речи : сб. науч. ст. Саратов : ИЦ «Наука», 2007. Вып. 5. С. 183–192.
 14. Шмелева Т. В. Модель речевого жанра // Жанры речи : сб. науч. ст. Саратов : ГосУНЦ «Колледж», 1997. Вып. 1. С. 88–98.
 15. Серль Дж. Классификация иллокутивных актов // Новое в зарубежной лингвистике. 1986. Вып. 17. С. 170–195.
 16. Дементьев В. В. Фатические и информативные коммуникативные замыслы и коммуникативные интенции: проблемы коммуникативной компетенции и типология речевых жанров // Жанры речи : сб. науч. ст. Саратов : ГосУНЦ «Колледж», 1997. Вып. 1. С. 34–44.
 17. Федосюк М. Ю. Нерешенные вопросы теории речевых жанров // Вопросы языкоznания. 1997. № 5. С. 102–120.
 18. Вежбицка А. Речевые жанры // Жанры речи : сб. науч. ст. Саратов : ГосУНЦ «Колледж», 1997. Вып. 1. С. 99–111.
 19. Чинова Л. Н. Просьба о прощении и принесение извинения // Жанры речи : сб. науч. ст. Саратов : ГосУНЦ «Колледж», 1999. Вып. 2. С. 278–281.
 20. Авакимян С. С., Перельгут Н. М. К вопросу о прагматике извинения // Вестник Нижневартовского государственного университета. 2010. № 3. С. 3–11.
 21. Богин Г. И. Речевой жанр как средство индивидуации // Жанры речи : сб. науч. ст. Саратов : ГосУНЦ «Колледж», 1997. Вып. 1. С. 12–22.
 22. Формановская Н. И. Русский речевой этикет: нормативный социокультурный контекст. М. : Русский язык, 2002. 160 с.
 23. Кошкарова Н. Н. Публичное извинение как жанр интернет-коммуникации // Экология языка и коммуникативная практика. 2018. № 2. С. 62–67.
 24. Лаврентьева Е. В. Речевые жанры обвинения и оправдания в диалогическом единстве : дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск, 2006. 261 с.
 25. Фанян Н. Ю. Проблема достаточности аргумента // Коммуникативно-функциональный аспект языковых единиц / отв. ред. Л. П. Рыжова. Тверь : Тверской гос. ун-т, 1993. С. 100–105.
- REFERENCES
1. Ratmayr R. *Pragmatika izvinieniya: Sravnitel'noye issledovaniye na materiale russkogo yazyka i russkoy kul'tury* [The Pragmatics of Apology: A Comparative Study Based on the Russian Language and Culture]. Moscow, Yazyki slavyanskoy kul'tury, 2003. 272 p. (in Russian).
 2. Formanovskaya N. I. *Upotrebleniye russkogo rechevogo etiketa* [Use of Russian speech etiquette]. Moscow, Russkii yazyk, 1984. 198 p. (in Russian).
 3. Tarasenko T. V. *Etiquette Genres of Russian Speech: Gratitude, Apology, Congratulations, Condolences*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philol.). Krasnoyarsk, 1999. 19 p. (in Russian).
 4. Larina T. V. *The Category of Politeness in the Aspect of Intercultural Communication: Based on the English and Russian Communicative Cultures*. Diss. Dr. Sci. (Philol.). Moscow, 2003. 495 p. (in Russian).
 5. Trofimova N. A. *Ekspressivnyye rechevyye akty v dialogicheskem diskurse. Semanticeskii, pragmaticeskii, grammaticheskii analiz: monografiya* [Expressive speech acts in dialogic discourse. Semantic, pragmatic, grammatical analysis: monography]. Saint Petersburg, Izd-vo VVM, 2008. 376 p. (in Russian).
 6. Artamonova Ye. V. *Genres of Russian Speech: Confession, Request for Forgiveness, Apology: Author's Abstract*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philol.). Kazan', 2008. 19 p. (in Russian).
 7. Shafagi M. *Apology in Russian Speech Behavior*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philol.). Moscow, 2011. 20 p. (in Russian).
 8. Dubinina I. I. Corrective communicative behavior in the context of the discursive practice of cancel culture (on the example of public apologies of media personalities). *Philology. Theory and Practice*, 2024, vol. 17, no. 10, pp. 3549–3555 (in Russian). <https://doi.org/10.30853/phil20240501>
 9. Bragina N. G., Vasyutina Ye. V. Speech act of apology in the context of modern online publicity. *RSUN/RGGU Bulletin: "Literary Theory. Linguistics. Cultural Studies"*, 2024, no. 8, pp. 42–55 (in Russian). <https://doi.org/10.28995/2686-7249-2024-8-42-55>
 10. Koshkarova N. N. Public apology: Yesterday, today, tomorrow. *Speech Genres*, 2020, no. 3 (27), pp. 214–221 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2020-3-27-214-221>
 11. Koshkarova N. N. New genres in media discourse: axiological and linguopragsitic characteristics. *Media Linguistics. Iss. 10. Language in massmedia coordinates: Materials of the VII Intern. sci. conf. (Saint Petersburg, June 28 – July 1, 2023)*. Saint Petersburg, Madiapapir, 2023, pp. 692–696 (in Russian).
 12. Koshkarova N. N. Public apology or public humiliation: cognitive-discursive features of the genre. In: *Modern Philology: Modern research paradigms: Coll. of abstracts of participants of the All-Russian sci. and pract. conf. dedicated to the memory of professor G. G. Galich (March 21–23, 2024)*. Omsk, Omsk State University Publ., 2024, pp. 106–108 (in Russian).
 13. Lakoff R. Pragmatics of public apology. *Zhanry rechi: sb. nauch. st.* [Speech Genres: Coll. of sci. arts]. Saratov, ITs “Nauka”, 2007, iss. 5, pp. 183–192 (in Russian).
 14. Shmeleva T. V. Model of speech genre. *Zhanry rechi: sb. nauch. st.* [Speech Genres: Coll. of sci. arts]. Saratov, GosUNTs “Kolledzh”, 1997, iss. 1, pp. 88–98 (in Russian).
 15. Serl' Dzh. Classification of illocutionary acts. *Novoye v zarubezhnoi lingvistike*, 1986, iss. 17, pp. 170–195 (in Russian).
 16. Дементьев В. В. Phatic and informative communicative plans and communicative intentions: problems of communicative competence and typology of speech genres. *Zhanry rechi: sb. nauch. st.* [Speech Genres: Coll. of sci. arts]. Saratov, GosUNTs “Kolledzh”, 1997, iss. 1, pp. 34–44 (in Russian).
 17. Fedosyuk M. Yu. Unresolved issues in the theory of speech genres. *Voprosy yazykoznanija*, 1997, no. 5, pp. 102–120 (in Russian).

18. Vezhbitska A. Speech genres. *Zhanry rechi: sb. nauch. st.* [Speech Genres: Coll. of sci. arts]. Saratov, GosUNTs “Kolledzh”, 1997, iss. 1, pp. 99–111 (in Russian).
19. Chinova L. N. Request for forgiveness and offering an apology. *Zhanry rechi: sb. nauch. st.* [Speech Genres: Coll. of sci. arts]. Saratov, GosUNTs “Kolledzh”, 1999, iss. 2, pp. 278–281 (in Russian).
20. Avakimyan S. S., Perel’gut N. M. On the pragmatics of apology. *Bulletin of Nizhnevartovsk State University*, 2010, no. 3, pp. 3–11 (in Russian).
21. Bogin G. I. Speech genre as a means of individuation. *Zhanry rechi: sb. nauch. st.* [Speech Genres: Coll. of sci. arts]. Saratov, GosUNTs “Kolledzh”, 1997, iss. 1, pp. 12–22 (in Russian).
22. Formanovskaâ N. I. *Russkij rečevoj étiket: normativnyj sociokul'turnyj kontekst* [Russian speech etiquette: Normative sociocultural context]. Moscow, Russkii yazyk, 2002. 160 p. (in Russian).
23. Koshkarova N. N. Public apology as a genre of Internet communication. *Ecology of Language and Communicative Practice*, 2018, no. 2, pp. 62–67 (in Russian).
24. Lavrent’yeva Ye. V. *Speech Genres of Accusation and Justification in Dialogical Unity*. Diss. Cand. Sci. (Philol.). Novosibirsk, 2006. 261 p.
25. Fanyan N. Yu. The problem of argument sufficiency. In: *Kommunikativno-funktional’nyy aspekt yazykovykh yedinit. Otv. red. L. P. Ryzhova* [Ryzhova L. P., ed. Communicative-functional aspect of linguistic units]. Tver’, Tver State University Publ., 1993, pp. 100–105 (in Russian).

Поступила в редакцию 11.03.2025; одобрена после рецензирования 16.04.2025;
принята к публикации 16.04.2025; опубликована 30.09.2025

The article was submitted 11.03.2025; approved after reviewing 16.04.2025;
accepted for publication 16.04.2025; published 30.09.2025

Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 254–264
Speech Genres, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 254–264
<https://zhanry-rechi.sgu.ru> <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-254-264>, EDN: LFZGOJ

Научная статья
УДК 811.161.1'38:001.85

Границы (анти)вежливости в речевом жанре научной рецензии

Я. А. Волкова¹, Н. Н. Панченко²✉

¹Российский университет дружбы народов, Россия, 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6

²Волгоградский государственный социально-педагогический университет, Россия, 400005, г. Волгоград, пр. им. В. И. Ленина, д. 27

Волкова Яна Александровна, доктор филологических наук, профессор кафедры теории и практики иностранных языков, yana.a.volikova@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-1456-5881>

Панченко Надежда Николаевна, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой языкоznания, panchnn@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4498-5262>

Аннотация. В статье предпринята попытка проанализировать научные рецензии в аспекте реализации коммуникативных категорий вежливости и антивежливости и соответствующих стратегий. Предлагается обобщенное описание специфики речевого жанра научной рецензии: ее значимыми параметрами для рассмотрения (анти)вежливости являются позиции участников, коммуникативно-прагматические отношения между ними и конфликтогенный потенциал, сопряжённый с критическим осмыслением чужого научного продукта. Авторы предлагают адаптировать максимы Дж. Лича, коррелирующие с коммуникативной категорией вежливости, к жанру научной рецензии и выделить максиму конструктивной критики, максиму академического уважения, максиму беспристрастности, максиму научного диалога, максиму академической поддержки. В результате анализа эмпирического материала выделены четыре основные стратегии антивежливости, к которым относятся: прямая дискредитация научной работы, понижение статуса автора, деструктивная риторика, формальная дискредитация. Делается вывод, что граница между вежливостью и антивежливостью в жанре научной рецензии не является фиксированной, представляя собой континуум, зависящий от таких факторов, как жанровые каноны и нормы, конструктивность / деструктивность критики, интенции рецензента, эмоциональная тональность изложения.

Ключевые слова: антивежливость, вежливость, научная рецензия, речевой жанр, стратегия

Для цитирования: Волкова Я. А., Панченко Н. Н. Границы (анти)вежливости в речевом жанре научной рецензии // Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 254–264. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-254-264>, EDN: LFZGOJ

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

The boundaries of (anti-)politeness in the speech genre of scientific review

Ya. A. Volkova¹, N. N. Panchenko²✉

¹RUDN University, 6 Miklukho-Maklay St., Moscow 117198, Russia

²Volgograd State Pedagogical University, 27 Lenin Ave., Volgograd 400005, Russia

Yana A. Volkova, yana.a.volikova@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-1456-5881>

Nadezhda N. Panchenko, panchnn@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4498-5262>

Abstract. The article examines scholarly reviews in terms of communicative categories of politeness and anti-politeness, as well as the strategies associated with them. It offers a generalized description of the scholarly review as a speech genre, highlighting key parameters for analyzing (anti-)politeness: the roles of participants, communicative-pragmatic relations between them, and the conflict potential inherent in the critical evaluation of another scholar's work. The authors propose adapting G. Leech's maxims, which align with the communicative category of politeness, to the genre of scientific reviews and introduce five specific principles: the maxim of constructive criticism, the maxim of academic respect, the maxim of impartiality, the maxim of scholarly

dialogue, and the maxim of academic support. Through the analysis of empirical data, four primary anti-politeness strategies in scientific reviews are identified: direct discrediting of the reviewed work, undermining the author's status, destructive rhetoric, and formal discrediting. The study concludes that the boundary between politeness and anti-politeness in scholarly reviews is not rigid but rather represents a continuum influenced by factors such as genre conventions and norms, the constructiveness or destructiveness of criticism, the reviewer's intent, and the emotional tone of the review.

Keywords: anti-politeness, politeness, scientific review, speech genre, strategy

For citation: Volkova Ya. A., Panchenko N. N. The boundaries of (anti-)politeness in the speech genre of scientific review. *Speech Genres*, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 254–264 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-254-264>, EDN: LFZGOJ

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Введение

Научный дискурс – обширное разножанровое коммуникативное пространство, нацеленное на поиск истины в процессе научного познания действительности. Изучение реальности и установление закономерностей сопровождается удостоверением в их истинности.

Одним из конститутивных признаков и основным способом осуществления научного дискурса считается полемика ученых, отстаивающих свою точку зрения на научную проблему [1]. Научная картина мира опирается на терминологическую точность, неэмоциональность как доминантные характеристики и необходимые условия научного исследования, научный текст претендует на объективность и безличность. Способом реализации научного дискурса является творческий диалог. Понятие диалогичности, как известно, относится с трудами М. М. Бахтина, согласно которому в основе феномена диалогичности лежит понимание чужого мира, чужого мнения и сознания [2].

Научная диалогичность обусловлена различными факторами: присутствием в научном изложении предмета рассуждения, прямыми и косвенными ссылками на научный контекст, вовлечением в научное рассуждение адресата.

Как известно, многообразие жанров научного дискурса трудно свести к единому основанию, возможными критериями при классификации жанров выступают задачи, которые реализует автор научного текста, объем и структура текста, канал (устный или письменный).

В данном исследовании мы не ставим задачи анализа возможных классификаций речевых жанров научного дискурса, объектом исследования является научная рецензия как речевой жанр, ориентированный на полемику и/или научный диалог, в котором наиболее ярко можно проследить совпадения или несовпадения в оценке обсуждаемых проблем.

Реализуемый в жанре научной рецензии научный диалог есть сопоставление различных мировоззрений и точек зрения, зачастую вступающих в противоречие друг с другом и обуславливающих конфликтную ситуацию. Соответственно, предметом настоящего исследования является соотношение средств выражения категорий вежливости и антивежливости в жанре научной рецензии.

Научная рецензия: особенности речевого жанра

По справедливому замечанию Л. Б. Никитиной и К. Ю. Малышкина, речевой жанр научной рецензии не раз становился предметом специальных исследований, результатом которых явилось описание жанровой, коммуникативной, семантико-прагматической, прагмастилистической специфики представляющих его текстов [3: 72]. Предметом лингвистического исследования выступали в том числе структурные элементы и семантическое наполнение, определяющее жанровое своеобразие данного типа научного текста. Кратко охарактеризуем специфику жанра научной рецензии.

По мнению исследователей, научное рецензирование представляет собой модификацию оценочного реферирования, которое связано с целенаправленной критикой [4].

Как и любой речевой жанр научного дискурса, научная рецензия ориентирована на сообщение результатов научного познания явлений и процессов действительности. Вместе с тем ее жанрообразующей коммуникативной целью является анализ и критическая оценка рецензируемого текста, соответственно, научную рецензию логично отнести к информативно-оценочным жанрам.

Согласно А. М. Николаеву, своеобразие текста рецензии обусловлено наличием ряда прагматических актов, обеспечивающих динамический характер рецензии и ее воздействующую функцию [5]. Автор выделяет следующие речевые акты: 1) установление контакта, осуществляемого в тексте научной рецензии

при помощи так называемых предтекстов; 2) оценивание, реализуемое с помощью оценочных высказываний; 3) выражение мнения, отличающееся от оценивания использованием метатекстовых средств; 4) побуждение, посредством которого обращается внимание адресата на особо важные и интересные места, достоинства и новизну; 5) пожелание (рекомендация), основной целью которого является в ненавязчивой форме дать советы и рекомендации, способствующие улучшению публикации [5].

Представляется, что центральным прагматическим актом научной рецензии является оценивание, обусловливающее ее жанровую специфику и коррелирующее с ее базовой целеустановкой, с одной стороны, и оказывающее непосредственное влияние на соотношение конструктивного и деструктивного, с другой. Оценочность признается имманентной характеристикой научной деятельности, поскольку присутствует в виде критической оценки практически в любом научном продукте. Но только в жанрах научных отзывов и рецензий оценка выступает в качестве основной интенции автора [6].

Научная рецензия предстает как вторичный речевой жанр: «Она имеет объектом своего исследования не непосредственные факты, а уже изученные и осмыслиенные другим субъектом явления, воплощенные в определенном тексте как результат научного познания. Непосредственным объектом изучения в рецензии становится другой текст. Автор рецензии неизбежно включает в свое поле зрения другого субъекта познания – автора первичного текста» [7: 71]. Важным для настоящего исследования моментом, на который следует обратить особое внимание, является двойственный объект научной рецензии. Во-первых, им может быть сам научный продукт (содержание научного знания в оригинальном тексте), анализируемый и критически осмысливаемый рецензентом. Во-вторых, объектом может выступать и непосредственно автор первичного научного текста, который становится мишенью для оценочно-критического отношения автора рецензии.

С данным фактом напрямую связана такая отличительная черта научной рецензии, как диалогичность. Автор рецензии как бы вступает в диалог с автором первичного текста, следуя за логикой его рассуждений, трактуя полученные результаты как соответствующие/не соответствующие действительности, фиксируя степень достоверности излагаемых сведений, но при этом не может избежать субъективности, оценивая рецензируемый научный продукт сквозь призму своего видения, собственного «я».

Одним из специфических признаков научной рецензии является ее конфликтогенный потенциал, обусловленный неизбежным сочетанием положительной и отрицательной оценочных характеристик. Конфликтогенность, в свою очередь, стимулирует неэкологичность [8], противоречащую гармоничному общению.

Специфику научной рецензии можно также проследить, определив позиции участников и их коммуникативно-прагматические отношения.

Адресатом научной рецензии выступает автор оригинального первичного текста и широкая научная общественность. Адресант (рецензент) выполняет функции посредника между двумя типами адресатов.

При этом, если автором первичного научного текста является аспирант или соискатель ученой степени кандидата наук, то он настроен на объективную оценку и критику своей работы для корректировки дальнейшего исследования.

Таким образом, научная рецензия является речевым жанром, в котором оценочность, субъективность и диалогичность не просто существуют, но и создают конфликтогенный потенциал, неизбежно сопряженный с критическим осмысливанием чужого научного труда. Этот конфликтогенный характер может варьироваться от конструктивной критики, способствующей развитию научной мысли, до жесткой критики, способной подорвать академическое взаимодействие.

В этой связи особое значение приобретает специфика речевого оформления критических оценок, выбор рецензентом коммуникативных стратегий, позволяющих либо сгладить возможную конфронтацию, либо, напротив, усилить конфликтогенность рецензии / отзыва. Вопрос о том, как именно в научной рецензии реализуется баланс между конструктивной критикой и потенциально деструктивным воздействием, требует детального рассмотрения и непосредственно связан с манифестиацией категорий вежливости и антивежливости в рассматриваемом речевом жанре.

Коммуникативная категория (анти)вежливости в научной коммуникации

Было бы неверным утверждать, что категория вежливости в лингвистике недостаточно исследована. Сегодня можно говорить о сформировавшемся корпусе научных работ, который позволяет рассматривать вежливость как предмет лингвистического анализа в различных исследовательских традициях: прагматике, социолингвистике, дискурс-анализе и других. Изучение вежливости имеет достаточно длительную историю, к настояще-

му времени накоплен солидный банк научных трудов, ставших классическими, которые посвящены вежливости как риторической или прагмалингвистической категории, реализуемой в различных дискурсах и ситуациях коммуникативного взаимодействия (Т. В. Ларина, Н. И. Формановская, П. Браун и С. Левинсон, П. Грайс, Р. Лакофф, Дж. Лич и многие др. [8–12 и др.]), что в результате позволяет говорить о существовании лингвистической теории вежливости. Последняя объединяет в себе разнообразие концепций и подходов, которые рассматривают вежливость как этическую категорию (например, Н. И. Формановская), как набор конверсационных максим и принципов общения (П. Грайс, Дж. Лич), как статусную характеристику личности (в частности, В. И. Красик, В. Е. Гольдин), тактику, направленную на сохранение лица (П. Браун, С. Левинсон). Очевидно, что это далеко не полный перечень изысканий, непосредственно затрагивающих проблематику вежливости.

В коммуникации вежливость предстает в качестве стратегии коммуникативного поведения, прагматически ориентированной на предупреждение и недопущение конфронтации и конфликтности, регулирующей экологичность общения и способствующей поддержанию коммуникативного баланса и социального равновесия.

В научной коммуникации, детерминированной этическими нормами поведения, вежливость коррелирует, как нам представляется, в первую очередь с двумя из шести хорошо всем знакомых максимами Дж. Лича [11, 12] – максимой одобрения, проявляющейся в позитивной оценке научного продукта или участника научного диалога, и максимой согласия, нейтрализующей противоречие, конфронтацию и оппозиционность. В рецензии проявляется баланс между позитивной и негативной вежливостью (в терминах П. Браун и С. Левинсона [9]): позитивная вежливость проявляется в уважении к научным заслугам автора, признании значимости его работы, в конструктивных предложениях; негативная вежливость – в уважении к автономии автора, осторожности в формулировках, учете возможной разницы в статусах.

В целом, из шести максим Дж. Лича, пять могут быть адаптированы к научному дискурсу с учетом его специфики, например:

Максима такта → «Максима конструктивной критики». В оригинале эта максима звучит следующим образом: минимизируй издергки для других, максимизируй выгоду для других. В научной рецензии это можно интерпретировать как избегание резких формулировок и агрессивной критики. Вместо фразы «Этот раздел бессмысленный» лучше

сказать «В данном разделе не хватает четкости аргументации».

Максима одобрения → «Максима академического уважения». В оригинале: минимизируй критику, максимизируй похвалу. В рецензии важно не только подвергать критике слабые моменты, но и подчеркивать сильные стороны работы, создавая баланс между одобрением и критикой. Это не означает, что критики должно быть меньше, но она должна быть подана конструктивно.

Максима великодушия → «Максима беспристрастности». В оригинале: минимизируй выгоду для себя, максимизируй издергки для себя. Автору рецензии следует избегать предвзятости и не ставить в центр своего мнения личные научные предпочтения, а оценивать работу.

Максима согласия → «Максима научного диалога». В оригинале: минимизируй разногласия, максимизируй согласие. В рецензии это может выглядеть следующим образом: полное согласие в науке невозможно, но способы выражения несогласия могут варьироваться. Например, можно не просто отвергать аргумент, а предлагать альтернативную точку зрения («Этот подход спорен, но его можно улучшить, если учесть...»).

Максима симпатии → «Максима академической поддержки». В оригинале: минимизируй антиподию, максимизируй сочувствие. В рецензии это означает, что даже если работа неудачная, автору следует дать конструктивные рекомендации, а не просто «разгромить» текст.

Нет необходимости повторять, что научная коммуникация в большей степени полемична и оценочно заряжена. Означает ли это, что несогласие с оппонентом или неодобрение изложенного в научном труде коллеги автоматически осознается как антивежливость? Очевидно, что нет. В научном дискурсе принцип вежливости модифицируется: он не столько направлен на сохранение социального комфорта участников диалога (как в повседневной коммуникации), сколько на поддержание продуктивности научного обсуждения. В этом смысле научная рецензия – это жанр, в котором вежливость должна сосуществовать с объективной критикой. Невозможно квалифицировать тот или иной речевой акт как вежливый или невежливый без учета специфики дискурса, в частности, вне научного контекста. Невежливость в научном диалогическом общении скорее всего будет связана не с содержанием соответствующих речевых актов несогласия / неодобрения, а с формой и средствами аранжировки текстовой информации, неумением или нежеланием говорящего вести конструктивную полемику. Если

вежливость в научном дискурсе служит для поддержания продуктивного диалога, то антивежливость можно понимать как осознанное нарушение норм кооперации, направленное на деструктивную коммуникацию. Однако в научном дискурсе не вся критика является антивежливостью; многое зависит от формы подачи несогласия. Данное утверждение по-пробуем продемонстрировать в следующей части исследования.

Вариативность категории (анти)вежливости в жанре научной рецензии

Эмпирическую базу исследования составляют рецензии на диссертации, монографии и научные статьи (около 100 текстов). Отзывы на диссертации отбирались методом сплошной выборки с сайтов диссертационных советов по гуманитарным наукам. Рецензии на статьи и монографии были предоставлены редакциями профильных научных журналов. Важно подчеркнуть, что в качестве материала использовались авторские (не анонимные) рецензии, поскольку очевидны различия между данными речевыми жанрами и теми важнейшими требованиями принципиальности, объективности, ответственности, о которых пишет В. В. Дементьев [13].

Представляется, что вариативность категории вежливости в речевом жанре научной рецензии обусловлена в первую очередь жанровыми канонами и нормами функционального стиля. Как жанр, рецензия сочетает в себе черты научного и официально-делового стилей: первый предписывает аргументированность, объективность и логичность суждений, второй – точность формулировок и соблюдение этикета делового общения. Жанровые каноны научной рецензии предусматривают обязательное наличие критических замечаний и рекомендаций.

Второй фактор, влияющий на вариативность вежливости, – это коммуникативная интенция рецензента, его индивидуальный стиль научного общения. Несмотря на то, что жанровые нормы предполагают объективность, на практике тональность рецензии может варьироваться в зависимости от рецензента. В последние годы усиливается мнение, что оппонент «может и должен проявлять определенную солидарность...» [6: 127]. Таким образом, рецензент не только оценивает работу, но и вступает в научный диалог с автором, что делает вежливость значимым компонентом рецензирования.

Учитывая сказанное, можно предположить, что соблюдение жанрово-стилистических принципов и отсутствие деструктивной интенции у автора научной рецензии обуслов-

ливают реализацию категории вежливости, в то время как любые девиации – отступление от жанровых традиций или игнорирование требований научно-делового стиля, подчеркнуто категоричная тональность суждений и несоблюдение научной этики – могут восприниматься как антивежливость. Рецензент как бы балансирует между вежливостью и антивежливостью, что выражается не только в содержании критики, но и в выборе языковых средств. Речь, таким образом, идет о сохранении или разрушении прототипа речевого жанра.

Анализ эмпирического материала продемонстрировал, что 81,7% рецензий представляют собой воплощение прототипа жанра научной рецензии, в котором критическая оценка подается в корректной форме. В подобных рецензиях категория вежливости проявляется через ряд маркерных характеристик, среди которых можно выделить следующие:

- структурная композиция и пропорциональная представленность ее компонентов, что обеспечивает сбалансированное изложение критики;
- набор дискурсивных перформативов, которые не только способствуют логике изложения, но и выступают средством нейтрализации категоричности:

Скорее всего, автор имел в виду фрагмент классификации ...

В связи с этим возникает вопрос ...

Представляется, в работе применительно к конкретным объектам не представлена ...

Тем не менее, к работе имеется ряд замечаний.

Возможно, автор имел ввиду именно это?

Наряду с этим мы хотели бы обратить внимание автора на ряд положений, разъяснения на которые хотели бы получить.

- средства митигации, которые позволяют смягчить безапелляционность, трансформировав негативные замечания в рекомендации:

Целесообразно было бы охарактеризовать это понятие с позиции существующих классификаций в теории систем.

Представляется, в работе следовало бы более расширенно подойти к обоснованию выбора именно этого математического инструментария из числа пригодного для решения задач исследования.

...можно было бы по аналогии использовать развитие подхода к поставкам по удовлетворению потребителя в соответствии с его требованиями.

На наш взгляд, определение содержательного наполнения и путей их формирования

целесообразно было раскрыть более подробно.

Однако не во всех рецензиях авторам удаётся соблюсти жанрово-стилистические нормы. Некоторые рецензенты отступают от прототипа рецензии, что приводит к изменению характера критики. В этой связи особый интерес представляют те рецензии, на которые приходится 18,3% проанализированного материала, в которых обнаруживаются разного рода девиации от прототипа исследуемого речевого жанра.

Анализ научных рецензий позволил выявить четыре основные стратегии антивежливости, каждая из которых включает различные тактики их реализации. Эти стратегии представляют собой разные уровни воздействия на текст рецензируемой работы и её автора.

Стратегия 1. Прямая дискредитация научной работы: полное отрицание научной

ценности работы без возможности доработки, автор исключается из научного поля. Выявленные тактики данной стратегии представлены в табл. 1.

Стратегия 2. Понижение статуса автора: намёки на некомпетентность или непрофессионализм автора без прямого обвинения. Автор рецензии не делает прямых обвинений, но создаёт впечатление низкого уровня компетентности, что снижает шансы на публикацию или защиту. Выявленные тактики данной стратегии представлены в табл. 2.

Стратегия 3. Деструктивная риторика: использование эмоционально окрашенных слов и выражений для дискредитации. Использование подобных выражений придаёт оценке эмоциональную окраску, делая её более агрессивной и публично уничижительной (табл. 3).

Стратегия 4. Формальная дискредитация (через структуру и язык): использование

Таблица 1 / Table 1

Стратегия прямой дискредитации научной работы

Direct discrediting strategy of scientific work

Тактика	Примеры	Функция
Объявление темы «ненаучной»	«Название рукописи носит “ненаучный” характер».	Дискредитирует работу на концептуальном уровне.
Отнесение к псевдонауке	«В научной парадигме психолингвистики (а не псевдонауки, типа НЛП)...»	Намекает, что работа основывается на сомнительных концепциях.
Сравнение с низкоуровневыми источниками	«Это не научная, а маркетинговая проблема»/«Похоже на посты в Интернете».	Создаёт образ статьи как неприемлемой для академического журнала.
Категорический отказ в доработке	«Статья не может быть доработана автором самостоятельно».	Лишает автора возможности исправить текст.
Подрыв методологической базы	«Где собственно проведенные эксперименты?»	Представляет работу как несоответствующую научным стандартам.

Таблица 2 / Table 2

Стратегия понижения статуса автора научного исследования

Strategy of undermining the author's status

Тактика	Примеры	Функция
Указание на «недостаточный опыт» автора	«Использование подобного подхода указывает на недостаточный опыт исследователя»	Снижает авторитет автора.
Создание эффекта небрежности	«Автор даже не удосужился отредактировать скомпонованный им текст»	Намекает на недостаточную тщательность в работе.
Ирония и снисходительность	«Двери кафедры для Вас всегда открыты»	Ставит автора в позицию студента или несерёзного исследователя.
Субъективное обесценивание работы	«По совокупности материалов диссертация лишь претендует...»	Снижает академический статус текста, не давая объективных оснований.

Таблица 3 / Table 3

Стратегия использования деструктивной риторики

Destructive rhetoric strategy

Тактика	Примеры	Функция
Категоричные оценки	«Наше мнение категорически отрицательное»	Жёстко позиционирует рецензента как оппонента.
Сарказм и уничтожительные формулировки	«Данный “шедевр” текстом-то называть сложно...»	Высмеивает работу, снижая её ценность.
Обвинение в недобросовестности	«Сомнения в оригинальности текста»	Намекает на плагиат или неэтичность автора.
Риторический подрыв аргументации	«Задумывался ли автор вообще над этой проблемой?»	Создаёт эффект недоработанности текста.

мелких технических или языковых недочётов как аргумента для отказа в публикации. Данные тактики **не касаются сути исследования**, но создают впечатление, что **автор небрежен или недостаточно квалифицирован**, что снижает его шансы на публикацию (табл. 4).

В упрощенном виде схема стратегий антивежливости в жанре научной рецензии выглядит следующим образом:

Стратегия 1: Прямая дискредитация научной работы.

Тактики: обвинение в ненаучности, привязка к псевдонауке, отказ в доработке, дискредитация методологии.

Стратегия 2: Снижение статуса автора.

Тактики: указание на неопытность, ирония, создание образа небрежности, субъективное обесценивание.

Стратегия 3: Деструктивная риторика.

Тактики: сарказм, эмоциональные оценки, обвинения, риторические вопросы.

Стратегия 4: Формальная дискредитация.

Тактики: придирики к оформлению, привязка ошибок к престижу журнала, использование структуры как повода для отказа.

Таким образом, на основе проанализированных выше рецензий можно выделить

основные языковые приёмы, используемые для выражения антивежливости в данном жанре. Антивежливость здесь реализуется через категоричность формулировок, использование обвинительной и оценочной лексики, сарказм.

1. Категоричность

В примере: «По данной статье **наше мнение категорически отрицательное** по самой главной причине – это **не самостоятельное научное исследование, а компиляция** из переведенных в автоматической программе перевода различных тезисов...» используются следующие языковые средства: категорическое утверждение: «наше мнение категорически отрицательное»; оценочная лексика: «не самостоятельное научное исследование», «компиляция», что является прямым обвинением в несоответствии жанру научной статьи. Использование указанные языковых средств создаёт жёсткий тон рецензии, предполагает дискредитацию работы без учёта её возможных достоинств.

«Считаем, что научная статья... в настоящее время **не может быть доработана** автором **самостоятельно** в соответствии с рекомендациями рецензента...». Категоричное высказывание: «не может быть

Таблица 4 / Table 4

Стратегия формальной дискредитации

Formal discrediting strategy

Тактика	Примеры	Функция
Упоминание формальных недочётов	«Почему наименования эмоций написаны с прописной буквы?»	Использование мелких ошибок для дискредитации автора.
Привязка ошибок автора к статусу издания	«Недопустимо для высокорейтингового журнала»	Намекает, что автор не соответствует уровню публикации.
Формальная несостоятельность структуры	«Авторы не представили ничего из вышеперечисленного»	Полностью отвергает раздел работы без детального анализа.

доработана» и оценка уровня компетенции автора: «не может самостоятельно», исключающая возможность улучшения работы, формирует образ автора статьи как человека, не способного исправить недостатки.

2. Эмотивная лексика

В примере: «Автор **даже не удосужился** отредактировать скомпонованный им текст» глагол с негативной коннотацией: «не удосужился» придаёт оттенок пренебрежения, невнимательности со стороны автора, создавая впечатление, что он не посчитал нужным уделить должное внимание редактированию текста. Это формирует представление об отсутствии должной тщательности в работе и недостаточном уважении к требованиям работы с научным текстом.

«Одной из причин перечисленных оснований для отказа в публикации является **недостаточный опыт автора** в написании научных работ подобного рода». Намёк на то, что автор не обладает достаточным научным уровнем – «недостаточный опыт», по своей сути, является косвенным обвинением в непрофессионализме, что, очевидно, подрывает доверие к автору.

3. Сарказм

В примере: «Данный “шедевр” текстом-то **назвать сложно...**» использование слова «шедевр» в кавычках отражает сарказм автора рецензии, а уничижительная конструкция: «назвать сложно» ставит под сомнение саму возможность считать представленный текст научным текстом.

«Двери кафедры для Вас всегда открыты». Рецензент приглашает автора в учебное заведение вместо публикации, как намёк на необходимость учиться, что создает ощущение синхроничности и формирует асимметричную ролевую позицию, где рецензент выступает наставником, а автор – учеником.

Тем не менее, представляется очевидным, что антивежливость в жанре научной рецензии может носить как открытый, так и скрытый характер. Приведем некоторые примеры использования завуалированной / скрытой антивежливости.

1. Скрытая дискредитация новизны исследования: «В отношении научной новизны полученных в итоге результатов диссертационное исследование (ФИО) однозначно оценить трудно». Рецензент создает некоторую двусмыслинность с помощью эвфемизации («трудно оценить» вместо «новизны нет»), имплицитно намекая на отсутствие научной новизны исследования.

«Выбор диссертантом данной темы можно характеризовать как довольно смелый

и ответственный шаг, поскольку в соответствующем направлении существует огромная по объему и в целом практически исчерпывающая, как может показаться на первый взгляд, литература». Рецензент создает «эффект избыточности» с помощью фразы «огромная по объему и в целом практически исчерпывающая литература».

2. Применение мягкой, но уничижительной критики, намёк на тривиальность работы: «Автор лишь воспроизводит вполне стандартный набор не просто хорошо известных, но и вполне очевидных аксиом...». Рецензент минимизирует значимость выводов с помощью фраз «лишь воспроизводит», «вполне стандартный набор», «очевидные аксиомы», создавая впечатление заурядности работы.

3. Подрыв логики исследования и методологической обоснованности: «Задавался ли автор вопросом об обоснованности выбора рубежей перехода российской государственности...?» Риторический вопрос, используемый рецензентом, создает эффект сомнения в методологической компетентности автора.

4. Акцент на субъективности: «По совокупности выносимых на защиту положений диссертационное исследование (ФИО) претендует, как кажется из общей логики рассуждений диссертанта, на обновление исследовательской программы...». Само употребление слов «кажется» и «претендует» снижает уверенность в научной обоснованности и достоверности работы и намекает на амбиции автора без реального на то основания.

Анализ антивежливых стратегий в научной рецензии, таким образом, показывает, что они могут быть как открытыми (жёсткие негативные формулировки), так и скрытыми (двумысленные намёки, субъективные оговорки, риторические вопросы). Это делает антивежливость в научных рецензиях разноуровневым явлением, которое может варьироваться от откровенной дискредитации до тонкого намёка на недостатки работы.

В табл. 5 представлена классификация стратегий и тактик антивежливости в научной рецензии по степени открытости.

Таким образом, на основании вышеизложенного можно сделать вывод, что граница между вежливостью и антивежливостью в научной рецензии не является фиксированной, а скорее представляет собой континуум, зависящий от ряда факторов:

- жанровых норм (обязательная критика в научной рецензии);
- формулировки критики (конструктивность vs деструктивность);

Таблица 5 / Table 5

Классификация стратегий и тактик антивежливости в научной рецензии по степени открытости
Classification of impoliteness strategies and tactics in scientific reviews by degree of explicitness

Тип антивежливости	Стратегия	Тактики реализации	Пример
I. Открытая антивежливость (прямая дискредитация)	Прямая дискредитация работы	Объявление темы «ненаучной»	«Название статьи носит “ненаучный” характер».
		Категоричный отказ в доработке	«Работа не может быть исправлена автором».
		Подрыв методологической базы	«Где собственно проведенные эксперименты?»
	Снижение статуса автора	Указание на низкую квалификацию	«Использование подобного подхода указывает на недостаточный опыт исследователя».
		Сарказм	«Данный “шедевр” сложно назвать научным текстом».
		Категоричная негативная оценка	«Наше мнение категорически отрицательное».
	Деструктивная риторика	Обвинение в недобросовестности	«Есть сомнения в оригинальности текста».
		Намёк на тривиальность темы	«Тематика практически исчерпана в предыдущих исследованиях».
		Намёк на псевдонаучность	«Это принято в НЛП, но не в академической среде».
II. Завуалированная антивежливость (скрытая дискредитация)	Прямая дискредитация работы	Намёк на несоответствие уровню журнала	«Недопустимо для высокорейтингового журнала».
		Имплицитная критика опыта автора	«Двери кафедры для Вас всегда открыты».
	Снижение статуса автора	Акцент на субъективности	«По логике автора работа претендует на вклад в науку, но...»
	Деструктивная риторика	Использование структуры как повода для отказа	«Автор ввел раздел “Анализ экспериментов”, но где эксперименты?»
	Прямая дискредитация работы	Привязка ошибки к статусу работы	«Почему наименования эмоций написаны с прописной буквы?»
III. Формальная антивежливость (под видом объективности)	Снижение статуса автора	Придирки к оформлению	«Этот текст не соответствует требованиям ГОСТ»
	Формальная дискредитация		

- интенции рецензента (стремление помочь автору vs демонстрация превосходства);
- эмоциональной окрашенности (нейтральный тон vs саркастический и унизительный).

Заключение

Анализ научных рецензий показал, что вежливость в этом жанре – не просто этикетное требование, а ключевой инструмент организации научного диалога. Она выполняет функцию поддержания конструктивного взаимодействия между рецензентом и автором,

обеспечивая баланс между критикой и уважением к рецензируемой работе.

Где проходит граница между вежливостью и антивежливостью в рассматриваемом жанре? Мы полагаем, что граница между вежливостью и антивежливостью в научной рецензии не является строго фиксированной, но может быть определена по следующим критериям (табл. 6).

Научная рецензия – это жанр, в котором критическая оценка неизбежна, но граница между вежливостью и антивежливостью определяется формой подачи замечаний. Научная вежливость позволяет критиковать без раз-

Таблица 6 / Table 6

Границы (анти)вежливости в жанре научной рецензии
The boundaries of (anti)politeness in the genre of scientific review

Критерий	Вежливая критика	«На грани»	Антивежливая критика
Формулировки	Чёткие, аргументированные, нейтральные	Оценочные, допускающие жёсткость	Категоричные, резкие, уничтожительные
Дискредитация автора	Отсутствует	Подразумевается	Прямая или косвенная
Оценочность	Конструктивная, с предложениями по улучшению	Высказывается без предложений по исправлению	Категоричная, исключающая возможность доработки
Тон	Нейтральный, безэмоциональный, научно-деловой	Строгий, подчёркнуто авторитетный	Субъективный, эмоционально заряженный, саркастический
Фокус критики	Оценка научного текста и его аргументации	Косвенные замечания о профессиональной подготовке автора	Фокус на личности, квалификации, статусе автора

рушения академической коммуникации, тогда как антивежливость способна нивелировать саму ценность рецензируемого исследования,

превращая рецензию в инструмент дискредитации автора научной работы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Михайлова Е. В. Интертекстуальность в научном дискурсе (на материале статей) : дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 1999. 205 с.
2. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М. : Искусство, 1979. 423 с.
3. Никитина Л. Б., Малышкин К. Ю. Речевой жанр научной рецензии через призму категоричности оценки // Жанры речи. 2015. № 2 (12). С. 72–79. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2015-2-12-72-79>
4. Николаев А. М. Представление семантической структуры научной рецензии в виде фрейма // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2014. № 3. С. 220–228.
5. Николаев А. М. Научная рецензия как специфический жанр научного дискурса // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2014. № 3. С. 228–235.
6. Викторова Е. Ю. Хеджи vs бустеры: коммуникативное смягчение и усиление в жанре официального отзыва на диссертацию // Жанры речи. 2023. Т. 18, № 2 (38). С. 126–131. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2023-18-2-38-126-131>, EDN: ZRZDAG
7. Хомутова Т. Н., Кравцова Е. В. Научная рецензия: интегральный подход // Язык и культура. 2014. № 1 (25). С. 70–76.
8. Ларина Т. В. Эмоции и вежливость в стиле анонимной научной рецензии // Настоящее и будущее стилистики : сб. науч. ст. междунар. науч. конф. (13–14 мая 2019 г., Москва) М. : Флинта, 2019. С. 387–394.
9. Brown P., Levinson S. C. Politeness: Some universals in language usage. Cambridge : Cambridge University Press, 1987. 310 p.
10. Грайс Г. П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. 1985. Вып. XVI. С. 217–238.

11. Leech G. An anatomy of politeness in communication // International Journal of Pragmatics. 2003. Vol. 14. P. 101–123.

12. Leech G. Pragmatics and dialogue // The Oxford handbook of computational linguistics / ed. by R. Mitkov. Oxford : Oxford University Press, 2003. P. 136–156.

13. Дементьев В. В. Анонимная рецензия-отказ в научном журнале // Дементьев В. В. Интегральное описание речевых жанров. Саратов : Издательство Саратовского университета, 2024. С. 142–161.

REFERENCES

1. Mikhajlova E. V. *Intertextuality in Scientific Discourse (Based on Articles)*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philol.). Volgograd, 1999. 205 p. (in Russian).
2. Bakhtin M. M. *Estetika slovesnogo tvorchestva* [Aesthetics of verbal creativity]. Moscow, Iskusstvo, 1979. 423 p. (in Russian).
3. Nikitina L. B., Malyshkin K. Yu. The speech genre of a scientific review: A view at the assessment assertiveness. *Speech Genres*, 2015, no. 2 (12), pp. 72–79 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2015-2-12-72-79>
4. Nikolaev A. M. Representation of the semantic structure of a scientific review in the form of a frame. *Proceedings of Tula State University. Humanities*, 2014, no. 3, pp. 220–228 (in Russian).
5. Nikolaev A. M. Scientific review as a specific genre of scientific discourse. *Proceedings of Tula State University. Humanities*, 2014, no. 3, pp. 228–235 (in Russian).
6. Viktorova E. Yu. Article hedges vs boosters: Communicative mitigation and enhancement in the genre of dissertation review. *Speech Genres*, 2023, vol. 18, iss. 2 (38), pp. 126–131 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2023-18-2-38-126-131>, EDN: ZRZDAG
7. Homutova T. N., Kravtsova E. V. Scientific review: An integral approach. *Language and Culture*, 2014, no. 1 (25), pp. 70–76 (in Russian).

-
8. Larina T. V. Emotions and politeness in the style of an anonymous scientific review. In: *The Present and Future of Stylistics: Coll. of sci. arts of the intern. sci. conf. (Moscow, May 13–14, 2019)*. Moscow, Flinta, 2019, pp. 387–394 (in Russian).
 9. Brown P., Levinson S. C. *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge, Cambridge University Press, 1987. 310 p.
 10. Grajs G. P. Logic and speech communication. *New in Foreign Linguistics*, 1985, iss. XVI, pp. 217–238 (in Russian).
 11. Leech G. An anatomy of politeness in communication. *International Journal of Pragmatics*, 2003, vol. 14, pp. 101–123.
 12. Leech G. Pragmatics and dialogue. In: Mitkov R., ed. *The Oxford handbook of computational linguistics*. Oxford, Oxford University Press, 2003, pp. 136–156.
 13. Dementyev V. V. Anonymous review-rejection in a scientific journal. In: Dementyev V. V. *Integral description of speech genres*. Saratov, Saratov State University Publ., 2024, pp. 142–161 (in Russian).
-

Поступила в редакцию 02.03.2025; одобрена после рецензирования 21.04.2025;
принята к публикации 21.04.2025; опубликована 30.09.2025

The article was submitted 02.03.2025; approved after reviewing 21.04.2025;
accepted for publication 21.04.2025; published 30.09.2025

Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 265–272

Speech Genres, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 265–272

<https://zhanry-rechi.sgu.ru> <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-265-272>, EDN: LJYVTR

Научная статья
УДК 811.161.1'27'38'42

Речевой жанр «замечание» на шкале «вежливости – антивежливости»

К. М. Шилихина

Воронежский государственный университет, Россия, 394018, г. Воронеж, Университетская пл., д. 1

Шилихина Ксения Михайловна, доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой теоретической и прикладной лингвистики, shilikhina@gmail.com,
<https://orcid.org/0000-0002-2478-7296>

Аннотация. В статье проводится анализ основных языковых и pragmaticальных свойств высказываний, которые носители русского языка классифицируют как «замечание». Цель исследования – ответить на два вопроса: можно ли считать замечание речевым жанром и какое место занимают замечания на шкале «вежливости – антивежливости». Анализ проводится на материале данных Национального корпуса русского языка с привлечением коллекции записей устной речи, собранной автором. С опорой на лингвистические и экстралингвистические критерии показано, что замечание может считаться речевым жанром: несмотря на разнообразие способов оформления замечаний в речи, которое затрудняет описание их формально-языковых свойств, анализ корпусных данных позволяет выявить ряд речевых формул, с помощью которых носители русского языка выражают критическую оценку поведения адресата и стремятся это поведение привести в соответствие с существующими нормами. Кроме того, специфику замечаний как речевого жанра можно выявить, анализируя метакоммуникативные комментарии носителей русского языка: независимо от конкретного языкового оформления высказываний, замечания опознаются как таковые благодаря общей интенции – потребности говорящего критически оценить и (в идеале) изменить поведение адресата. Наличие в высказывании негативной оценки отличает замечания от советов, приказов, пожеланий, вопросов, намеков и т. д. Прагматические свойства замечаний анализируются в статье с точки зрения прагматического понятия «лицо». Анализ контекстов позволяет сделать вывод о том, что замечания – это речевой жанр, несущий угрозу «позитивному» лицу адресата, поскольку, делая замечание, говорящий указывает на несоответствие поведения адресата принятым в обществе установкам и нормам.

Ключевые слова: речевой жанр, замечание, вежливость, метакоммуникация, речевая формула, позитивное лицо, социальная норма

Для цитирования: Шилихина К. М. Речевой жанр «замечание» на шкале «вежливости – антивежливости» // Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 265–272. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-265-272>, EDN: LJYVTR

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Speech genre “zamechanie” on the scale of “politeness – anti-politeness”

К. М. Shilikhina

Voronezh State University, 1 Universitetskaya Pl., Voronezh 394018, Russia

Ksenia M. Shilikhina, shilikhina@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-2478-7296>

Abstract. The article analyzes major linguistic and pragmatic properties of utterances that native Russian speakers classify as ‘zamechanie’ (roughly, critical remark). The purpose of the research is twofold: firstly, to answer the question whether ‘zamechanie’ can be seen as a speech genre and, secondly, to determine its position on the “politeness – anti-politeness” scale. The analysis is based on the data from the Russian National Corpus and recordings of oral speech collected by the author. Based on linguistic and extralinguistic criteria, the research shows that ‘zamechanie’ can be interpreted as a speech genre. Though the variety of guises of ‘zamechanie’ in speech makes it difficult to describe the formal linguistic properties of the remarks under study, the analysis of corpus data allows us to identify a number of speech formulas with which native speakers of

Russian express their critical assessment of the addressee's behavior. In addition, the specifics of 'zamechanie' as a speech genre can be identified by analyzing the metacommunicative comments of Russian native speakers: regardless of the specific language design of the remarks, they are identified as 'zamechanie' due to a common intention – the speaker's need to critically evaluate and (ideally) change the behavior of the addressee. It is the negative assessment that distinguishes "zamechanie" from advice, order, recommendation, question, hint, etc. The pragmatic properties of 'zamechanie' are analyzed in the article from the point of view of the pragmatic concept of 'face'. The analysis of contexts allows us to conclude that 'zamechanie' is a speech genre that poses a threat to the addressee's "positive" face, since by making a remark, the speaker indicates that the addressee's behavior does not conform to socially accepted attitudes and norms.

Keywords: speech genre, 'zamechanie', politeness, metacommunication, speech formula, positive face, social norm

For citation: Shilikhina K. M. Speech genre "zamechanie" on the scale of "politeness – anti-politeness". *Speech Genres*, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 265–272 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-265-272> EDN: LJYVTR

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Введение

Проблема функционирования замечаний в российской коммуникативной культуре уже становилась объектом исследования [1], однако на момент его проведения еще не существовало Национального корпуса русского языка (НКРЯ) и возможность поиска данных была лимитирована «ручным» отбором примеров из художественных текстов и картотекой примеров устной речи, собранной автором. Кроме того, замечания рассматривались как речевой акт, что, как представляется сегодня, не вполне корректно: замечания «маскируются» под самые разные речевые акты (советы, просьбы, пожелания, приказы, вопросы, намеки и т. д.), и их выделение в качестве особого речевого акта уже тогда представлялось достаточно проблематичным. Не рассматривались замечания и с точки зрения теории вежливости. Теперь, через тридцать лет нам хотелось бы вернуться к проблеме функционирования замечаний в речи носителей русского языка и посмотреть на них в другом масштабе и под другим углом зрения.

Данная статья посвящена обсуждению коммуникативных свойств замечаний с позиций лингвистической pragmatики, с одной стороны, и теории речевых жанров, с другой стороны. Цель исследования – ответить на два вопроса: во-первых, можно ли считать замечание не речевым актом, а речевым жанром? Второй вопрос звучит следующим образом: какое место замечания занимают на шкале «вежливость – антивежливость»?

В данном исследовании материалом послужили данные Национального корпуса русского языка, данные Интернета, а также картотека записей устной речи, собранная автором статьи.

Еще одним новым аспектом исследования замечаний является обращение к метаком-

муникативным комментариям, касающимся использования замечаний в общении: они помогают понять, как носители языка воспринимают данный тип высказываний и какой pragmaticальный эффект возникает в результате употребления замечаний в речи.

Замечание – речевой жанр?

Для ответа на вопрос, можно ли считать замечание речевым жанром, посмотрим, как определяется существительное замечание толковыми словарями современного русского языка. Согласно Современному толковому словарю русского языка под ред. Т. Ф. Ефремовой, существительное замечание многозначно:

I

1. Краткое суждение, высказывание по поводу чего-либо.
2. Критическое суждение научного характера.

II

Одно из дисциплинарных взысканий; порицание.

III устар.

Наблюдение [2].

В Толковом словаре Ожегова слово замечание имеет два значения:

1. Краткое суждение по поводу чего-н. *Верное з.* Замечания рецензента.
2. Указание на ошибку; выговор. *Строгое з.* З. за опоздание [3].

В данной статье мы будем рассматривать замечание во втором значении – именно так носители русского языка воспринимают высказывания, содержащие критическую оценку и эксплицитное требование привести поведение в соответствие с социальными нормами. На это указывают разнообразные метакоммуникативные комментарии, которые

встречаются в НКРЯ в текстах различных типов и жанров, а также в устном подкорпусе:

[1] *Нюра неутомимо перебирала, прикидывала на голову платки... Продавщицы ей делали замечания, Нюра не обращала на них внимания. Ее очень увлекало это занятие – перебирать товары. Она прямо преобразилась вся. И куда девалась ее деревенская робость, нерешительность!* [Василий Шукшин. Печки-лавочки (1970–1972)]

[2] *В случае необходимости судьи делают замечание любому игроку, не соблюдающему минимальное расстояние, до того, как будет выполнен удар, и выносят предупреждение игроку, который впоследствии не отошел на положенное расстояние.* [Министерство спорта Российской Федерации. Правила вида спорта «футбол» (утв. приказом Минспорта России от 17.11.2021 № 901) (2021)]

[3] *И если ребенок рыдает в магазине, просит что-то купить, тоже никто не начнет делать замечания по воспитанию.* [А. А. Данилова, Туттта Ларсен. «Мои дети не будут делать татуировки» (2017.05) // «Правмир», 2017]

[4] *Андрей: Препод наконец замечает / что стало шумно / начинает делать замечания / но на него никто не обращает внимания.* [Домашний разговор московских студентов (2007)]

[5] *Идем гулять. Дорогу перешли, руку вырвала (сама пойду), делаю замечание, что по клумбе ходить нельзя и цветочки рвать тоже нельзя, это дядя (тетя) сажали и будут ругаться, действует.* [Истерики (2022)]

Во всех приведенных примерах словосочетание *делать замечание* означает сообщать адресату, что то, что он делает, не соответствует принятой в обществе норме.

Приведенные примеры иллюстрируют причину появления замечаний в речи: нарушение адресатом либо установленных правил (например, правил спортивной игры), либо определенных норм поведения, принятых в обществе. Поисковый запрос *делать + замечания* в различных подкорпусах НКРЯ позволяет получить в общей сложности около 1000 контекстов, поэтому можно говорить, во-первых, о том, что замечания устойчиво опознаются носителями языка как специфическое речевое действие, и во-вторых, об определенной регулярности появления замечаний в речи носителей русского языка.

Итак, замечание – это вербальная реакция на нарушение социальной нормы. Если социальная норма – это «грамматика общества» [4], то замечание – это своего рода

экспликация «грамматического правила», действующего в данном обществе. Говорящий может делать замечание, выражая запрет на определенное поведение и выдвигая требование изменить поведение в соответствии с принятыми нормами:

[6] *Не ковыряйся в носу! Я кому говорю?! Выйнь палец из носа!* [Олег Гладов. Любовь стратегического назначения (2000–2003)]

[7] *Прекрати. Сарказм тут явно не в тему.* [iOS (iPhone/iPad). telegram iOS (iPhone/iPad) (20.09.2022)]

[8] Однако в итоге Семченко и Вакаров начали драку, их разняли ведущий и охранники, находившиеся в студии. *«Прекрати немедленно! Стой спокойно».* [Соловьев ввязался в драку с украинскими экспертами // lenta.ru, 29.10.2019]

Еще один вариант замечания – не указывая на действие, которое говорящий считает нарушением нормы, сразу сказать о том, как именно адресат должен вести себя в соответствии с общепринятыми правилами поведения:

[9] *[Доктор Борменталь (Борис Плотников, муж, 39, 1949)] И... вилкой / пожалуйста.*

[Профessor Преображенский (Евгений Евстигнеев, муж, 62, 1926)] Благодарю вас / доктор. А тоб уж мнё надоёло делать замечания. [Владимир Бортко, Наталья Бортко, Михаил Булгаков. Собачье сердце, к/ф (1988)]

Диалог из «Собачьего сердца» – пример замечания, которое выглядит как вежливая просьба, однако комментарий профессора Преображенского указывает на то, что мы имеем дело именно с замечанием, поскольку Шариков не только неоднократно нарушал правила поведения за столом ранее, но и не пытается соответствовать нормам, принятым в доме профессора.

Отметим, что замечания считаются в обществе менее жестким способом порицания некорректного поведения по сравнению с другими вариантами социального неодобрения. Примеры 10 и 11 иллюстрируют ситуации, когда цель замечаний – привести поведение адресата в соответствие с существующими правилами, нарушение которых потенциально может повлечь более строгое наказание, например, штраф или запрет появляться в конкретном общественном месте:

[10] *Перед наступлением второго этапа Воробьев заявил, что на первых порах штрафовать за отсутствие масок не будут – людям будут только делать замечание.* [Власти Подмосковья вводят штрафы

за отсутствие маски в общественном месте // Ведомости, 2020.05.22]

[11] Мне в Марине всегда **делает замечание охрана**, чтобы взяла собачку на руки и что гулять нельзя. [Cyprus Animals. telegram Cyprus Animals (16.08.2022)]

Помимо запретов и эксплицитного указания на норму, замечание может включать в себя указание на чувство стыда, которое должен, по мнению говорящего, испытывать адресат из-за своего поведения. Отметим, что психологи определяют стыд как чувство дискомфорта от критики и боязнь быть отторгнутым окружающими [5]. Следовательно, апеллируя к стыду, говорящий как бы намекает на то, что тот, кому адресовано замечание, может быть отвергнут обществом как нарушитель норм:

[12] Ну как ты язык-то выворачиваешь?
Ну как тебе не стыдно? Ты же советский школьник / ты изучаешь русскую речь / Пушкина / Лермонтова! [Игорь Исаев. Живы ли русские диалекты? В поисках носителей. Лекция в Политехническом музее (2011)]

[13] Зачем ты пришла? **Тебе не стыдно?** Ты в какое состояние квартиру привела, видела? [Андрей Волос. Недвижимость (2000) // «Новый Мир», 2001]

[14] Когда он получил «тройку» по пению (!), прекрасно успевая по другим предметам, учительница сказала ему: «**Как же тебе не стыдно!**» [Ирина Архипова. Музыка жизни (1996)]

[15] Лев! Что ты говоришь? **Как тебе не совестно?** – возмутились тетка и мать, не отрываясь от телевизора, где все еще что-то дергалось и мелькало. [Юрий Трифонов. Дом на набережной (1976)]

[16] А чем ты гордишься, позволь тебя спросить, дал он в глаз! **Да как тебе не совестно, он же младше тебя!** А если я вот тебе дам сейчас? [Алексей Моторов. Преступление доктора Паровозова (2013)]

Итак, замечание – это высказывание, которое одновременно является определенным социальным действием, направленным на изменение нежелательного поведения адресата, и которое может вызывать у адресата определенную эмоцию – стыд.

Теперь, когда мы охарактеризовали основные свойства замечаний, вернемся к вопросу о том, можно ли считать замечание речевым жанром. Чтобы ответить на этот вопрос, необходимо учесть, с одной стороны, языковые характеристики этого типа высказываний, и, с другой стороны, экстралингвистические факторы, которые определяют возможности использования замечаний в разговорной речи. К языковым характеристикам можно отнести

лексические, грамматические и стилистические особенности таких высказываний, иными словами, тот набор языковых средств, который доступен говорящему для оформления высказывания и который будет опознаваться адресатом именно как замечание, а не как, например, совет или вопрос. К экстралингвистическим критериям будем относить коммуникативную (прагматическую) функцию замечаний, их содержательные свойства и коммуникативную ситуацию (в частности, для нас важны такие компоненты коммуникативной ситуации, как соотношение статусов говорящего и адресата, общие фоновые знания коммуникантов в части социальных норм и правил поведения).

В качестве одного из основных критериев определения речевого жанра исследователи предлагают лингвистические критерии, т. е. совокупность лексических, грамматических и стилистических особенностей высказываний, принадлежащих к данному речевому жанру [6]. С этой точки зрения замечания представляют определенную проблему, потому что во многих случаях их можно определить только функционально – замечание может «маскироваться» под различные речевые акты и выглядеть как вопрос, совет, намек, просьба, запрет, приказ, упрек. Задачу облегчает то, что основной иллокутивной целью любого замечания является критическая оценка поведения адресата, а желательным перлокутивным эффектом – изменение этого поведения таким образом, чтобы оно соответствовало принятым в обществе нормам. Кроме того, корпусный анализ позволяет выделить несколько «речевых формул», которые опознаются носителями русского языка как замечания: (ну) сколько можно, (ну) как (так) можно, прекрати(те), (не) *impreg!* Я кому сказал(а)!, ты бы еще ..., (ну) неужели нельзя + *inf.* и др.

В целом речевые формулы, которые конвенциально интерпретируются носителями русского языка как типичные замечания, можно разделить на три типа. К первому типу можно отнести те формулы, с помощью которых говорящий оценивает действия адресата как неприятные / вредные и тем самым указывает на нарушение нормы. Е. В. Рахилина относит императивы *прекрати* и *перестань* к квазиграмматическим маркерам, которые очень тесно связаны с отрицательной оценкой [7]. Вот несколько примеров, в которых используются речевые формулы – прохабитивы (высказывания, содержащие формулы *перестань*(*te*), *прекрати*(*te*), *хватит* + *inf.*):

[17] Ты **флудить прекрати просто** и всё, 1000 раз ответили что не по адресу твои проблемы. Ответили что это и где

искать решения. [iOS (iPhone/iPad). telegram iOS (iPhone/iPad) (03.10.2021)]

[18] Эльвира: Что тут у вас случилось? **Может хватит орать?** Что вы вечно ругаетесь?

Анна: Мам / а он не хочет за собой игрушки убирать! [Домашние разговоры (2007)]

[19] Друг Ильи: Друзья мои / по просьбе Илюши... давайте поговорим о книгах. Арсений! Что ты думаешь... о Шопенгауэре?

Илья (Михаил Пореченков): **Перестань идиотничать.** Всё. Пошёл я.

Сеня: Я чё -то не пойму / ты охренел или заболел?

Илья (Михаил Пореченков): Пока. [Авдотья Смирнова. Связь, к/ф (2006)]

[20] Дедушка Давида (Зиновий Гердт): Да отойдите / не мешайте вы...

Нонна Константиновна: **Прекрати крутить** свою шарманку! Ничего не слышно! [Ролан Быков, Алла Ахундова. Автомобиль, скрипка и собака Клякса, к/ф (1974)]

[21] [Марк Шифер (Ефим Шифрин, муж, 51, 1956)] **Прекрати курить!** Я не выношу этой вони!

[Стасис (Алексей Серебряков, муж, 43, 1964)] Ой / какой нежный вдруг стал.

Прохихитивы эксплицитно указывают на действия, нарушающие существующие нормы (в приведенных примерах это *флудить, орать, идиотничать, курить* и подразумеваемое *шуметь*), но не называют социально приемлемые действия, которые должны заменить неприемлемое поведение, поскольку в данных случаях нормой является отсутствие действия, которое совершают говорящий.

Второй тип речевых формул – это вопросительные конструкции, выражающие недоведение говорящего, вызванное нарушением нормы. Примерами таких речевых формул являются конструкции *я кому говорю, как так можно, что ты вечно / всегда / постоянно..., сколько можно, неужели нельзя* и др.:

[22] [Иван (Леонид Куравлев, муж, 40, 1936)] Эй / дамочка! Здесь ловля запрещена! Категорически! **Я кому говорю / сматывайтe удочки.** [Александр Серый, Григорий Горин. Ты – мне, я – тебе, к/ф (1976)]

[23] Или вот сидишь за столом, что-нибудь выпил или съел, и в животе как заурчит, и кто-нибудь на тебя так посмотрит, дескать, **ну как так можно...** [Евгений Гришковец. ОдноврЕмЕнно (2004)]

[24] Лёнька, у тебя есть совесть? **Ну как так можно?** Мы тебя ждем, Славик, несчастный, стоит у подъезда и тоже тебя ждет, а ты куда-то свалил и даже не предупредил, чтобы водителя за тобой не посыпали, ну что это такое: парень

стоит перед подъездом, ждет, нервничает, а ты уехал невесть куда и явился своим ходом. [Александра Маринина. Последний рассвет (2013)]

[25] **Как так можно** такие важные сообщения писать?? [Преподаватели департамента БДИП. telegram Преподаватели департамента БДИП (22.10.2021)]

[26] Ольга: Ты можешь стоять смирно и не паясничать! **Сколько можно тебе говорить!?** Посмотрите на него! [Классный час (2007)]

[27] Ну **неужели нельзя встать так**, чтобы по тротуару хоть как-то можно было бы пройти?! [Лентач Воронеж. Публикуем срочные новости, ЧП, ЧС и ДТП города (2022)]

Риторический вопрос как способ критической оценки поведения адресата эксплицитно называет норму, которая нарушается адресатом, а также демонстрирует эмоциональное отношение говорящего к этому нарушению.

Третий тип речевых формул – это конструкции с сослагательным наклонением (*ты / вы бы еще ...*), в которых говорящий указывает на нарушение социальной нормы, доводя ситуацию до абсурда:

[28] Иди быстро переодевайся. Или опозоришься, – сказала она. А что? – не поняла Алла. Ничего. **Ты бы еще голая пришла.** У тебя сарафан есть? Есть. Вот иди и на день сарафан. Здесь нельзя в шортах. [Маша Трауб. Нам выходить на следующей (2011)]

[29] Кассирша, признав во мне покупателя, отчитывает: **«Ты бы еще позже пришел!».** [Никита Кириленко. ЦСКА и «Зенит» увидят, где раки зимуют // Советский спорт, 11.07.2013]

[30] Кроме того, сегодня довольно холодно – всего 7–8 градусов, поэтому даже те ребята, которых мы замечали, отказывались менять пиво на мороженое. Удалось обменять всего несколько полупустых бутылок с пивом. Там стояли зеваки и наблюдали за нашими попытками хоть как-то привлечь людей. Один из них сказал: **вы бы еще в январе часов в пять утра попробовали здесь эту ерунду устроить.** [Святослав Булгарин. Екатеринбургская акция по обмену пива на мороженое провалилась: «Ешьте сами свое мороженое» // Новый регион 2, 16.05.2008]

Конструкции третьего типа доводят ситуацию, связанную с нарушением поведения, до абсурда, представляя действия адресата как неуместные.

Результаты поиска в НКРЯ для всех трех типов конструкций показывают регулярность

их использования в устной речи, и это дает основания говорить о том, что замечание является традиционным способом выражения оценки и коррекции поведения, не соответствующего социальным нормам или ожиданиям говорящего.

Что касается экстралингвистических факторов, определяющих замечания как речевой жанр, то высказывания такого типа возможны только в ситуациях, когда статус говорящего выше статуса адресата, т. е. он вправе корректировать поведение адресата, настаивать на соблюдении нормы. Если же адресат считает, что такого права у говорящего нет (например, в силу того, что говорящий имеет равный или более низкий статус по сравнению с потенциальным адресатом замечания), условия успешности не выполняются. Такие ситуации можно обнаружить, обратившись к контекстам, содержащим метакомментарии, в которых потенциальный адресат замечания отказывает собеседнику в праве на такой способ общения:

[31] *Как газетные, так и телевизионные начальники чувствовали, что я знаю о Китае и Японии гораздо больше их, и не решались делать мне замечания, давать «ценные указания», дабы не попасть впросак.* [В. В. Овчинников. Размышления странника (2012)]

[32] *Не ваше это право, товарищ младший лейтенант, делать мне замечания, – отшучивался Папиков, лукаво взблескивая из-под очков черными печальными глазами.* [Вацлав Михальский. Храм Согласия (2008)]

[33] *Вы такой же ассистент, как и я, и не имеете права делать мне замечания.* [Л. Н. Андреев. К звездам (1905)]

Сходное отношение к замечаниям можно встретить в рассуждениях о замечаниях в повседневной коммуникации:

[34] *Делать замечания малышам и старикам, которые не смогут ответить равным сопротивлением, гораздо удобнее, чем взрослому человеку, который сможет дать отпор. Делать замечание ребёнку, проще, чем подойти с претензиями к тому, кто больше и сильнее* [<https://dzen.ru/a/YnNTG14UCh1dcx0v>].

[35] *Я верю в то, что большинство наших людей добрые и порядочные. Но все мы устаем, нервничаем и иногда просто не видим, что поступаем неправильно. И если в такой момент сделать человеку замечание в грубой форме, то у человека включается защитная реакция и он может ответить также грубо* [https://pikabu.ru/story/kogda_delaete_komuto_zamechanie_davayte_shans_cheloveku_sokhranit_litso_9518155].

Помимо более высокого статуса говорящего, у участников коммуникации должны быть общие фоновые знания о принятых нормах поведения (именно на основе этих знаний адресат распознает интенцию говорящего в тех случаях, когда замечание «маскируется» под другой речевой акт, например, совет или пожелание). Таким образом, экстралингвистические критерии также позволяют говорить о том, что замечания можно считать речевым жанром, организующим социальное взаимодействие: с его помощью говорящий решает прагматическую задачу приведения поведения собеседника в соответствие с нормой.

Отметим, что эта прагматическая задача достаточно нетривиальна, поскольку является потенциально конфликтной как для говорящего, так и для адресата. Причина конфликтности замечаний заключается в том, что они нарушают личные границы адресата, на что также указывают метакомментарии носителей русского языка. Конфликтность замечаний позволяет оценить место этого речевого жанра на шкале «вежливость – антивежливость»:

[36] *И не кажется ли вам, что это по меньшей мере невежливо – позволять себе делать замечания людям, которых вы не знаете?* [ВКонтакте]

[38] *Делать замечания чужому ребенку так же нелепо, как услышав в ресторане беседу двух подруг о сложностях в отношениях и вмешаться в разговор со своим советом, осудив её за распутное поведение* [<https://dzen.ru/a/YnNTG14UCh1dcx0v>].

В лингвистической прагматике такая конфликтность объясняется с помощью понятия «лицо». Введенное в научный оборот Э. Гоффманом [8] и затем, начиная с классической работы П. Браун и С. Левинсоном [9], это понятие далее стало использоваться для объяснения вежливости как прагматически обусловленного типа поведения. Позже исследователи предложили свои объяснения того, почему в реальном общении люди часто отступают от идеала – Принципа Кооперации, сформулированного П. Грайсом [10, 11].

П. Браун и С. Левинсон определяют лицо как образ самого себя, который каждый человек создает как член определенного общества, взаимодействуя с другими людьми. Вежливость при этом понимается как поведение, направленное на взаимное поддержание или сохранение лица всеми участниками коммуникации. Как известно, в концепции Браун и Левинсона выделяются два типа лица – позитивное (желание быть частью определенной социальной группы) и негативное (желание сохранять собственную индивидуальность).

В лингвистической прагматике лицо – это универсальный социальный конспект, понятие, которое объясняет, почему в общении люди далеко не всегда следуют Принципу Кооперации П. Грайса [10], и как разные стратегии – стремление сохранить лицо собеседника или намеренное желание создать угрозу позитивному или негативному лицу адресата – связаны с понятиями «вежливость» и «антивежливость». В данной работе «антивежливость» рассматривается не как отсутствие вежливости или недостаточная вежливость, а как рациональная стратегия, направленная на нанесение психологического ущерба собеседнику [11, 12], т. е. целенаправленное уничтожение лица собеседника [13, 14].

В целом, стремление сохранить лицо (как позитивное, так и негативное) и желание использовать «ликоповреждающие» высказывания можно считать двумя полюсами шкалы «вежливость – антивежливость».

Появление замечания в речи – это «угроза», в первую очередь, позитивному лицу адресата, поскольку критика направлена на те действия, которые говорящий считает неприемлемыми: антисоциальное (с точки зрения говорящего) поведение – это не только повод для критики, но и возможная причина исключения адресата из социальной группы. В этом смысле примеры 12–16 являются наглядной иллюстрацией такой угрозы позитивному лицу адресата: вследствие нарушения социальной нормы адресат должен испытывать определенную эмоцию – стыд. Именно хорошо определяемая интенция говорящего позволяет носителям русского языка оценивать замечания как потенциально конфликтные высказывания.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шишихина К. М. Вербальные способы модификации поведения и эмоционально-психологического состояния собеседника в российской и американской коммуникативных культурах : дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 1999. 182 с.
2. Ефремова Т. Ф. Современный толковый словарь русского языка. URL: <https://dic.academic.ru/contents.nsf/efremova/>
3. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. URL: <https://dic.academic.ru/contents.nsf/ogegova/>
4. Bicchieri C. The Grammar of Society : The Nature and Dynamics of Social Norms. Cambridge : Cambridge University Press, 2006. 278 р.
5. Санд И. Чувство стыда: как перестать бояться быть неправильно воспринятым. М. : Альпина Паблишер, 2023. 176 с.
6. Лазеева Н. В., Прохорова Л. П. «Речевой жанр» и подходы к его определению // Сибирский филологический журнал. 2013. Вып. 4. С. 230–234.
7. Рахилина Е. В. Кондуктор, нажми на тормоза // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии : по материалам ежегодной Международной конференции «Диалог». Вып. 12 (19). Т.1. М. : Изд-во РГГУ, 2013. С. 596–603.
8. Goffman E. On Face-Work // Interaction Ritual: Essays on Face-to Face Behaviour. Harmondsworth : Penguin, 1967. P. 213–231.
9. Brown P., Levinson S. Politeness: Some Universals in Language Use. Cambridge : Cambridge University Press, 1987. 358 р.
10. Grice H. P. Logic and Conversation // Syntax and Semantics, Speech Acts / ed. P. Cole and J. L. Morgan. Vol. 3. London ; New York : Academic Press, P. 41–58.
11. Боева-Омелечко Н. Б. Вопрос как средство выражения стратегий вежливости и антивежливости в современном английском языке // Язык. Культура. Перевод. Коммуникация : сб. науч. тр. к юбилею проф. Г. Г. Молчановой. М. : Тезаурус, 2015. С. 85–88.
12. Culpeper J. Towards an Anatomy of Impoliteness // Journal of Pragmatics. 1996. № 25. P. 349–367.

Заключение

Подведем некоторые итоги. Замечание – это речевой жанр, который обладает рядом специфических свойств. С точки зрения прагматики коммуникации замечание – это вербальное действие, с помощью которого говорящий указывает на нарушение социальных норм адресатом. Замечания как высказывания, угрожающие позитивному лицу собеседника, используются в ситуациях, которые контролируются говорящим; чтобы замечание было успешным (т. е. чтобы адресат изменил свое поведение в желаемую для говорящего сторону), необходимо, чтобы социальный статус говорящего был выше статуса адресата, и чтобы оба участника коммуникации разделяли знание о том, каковы установленные правила поведения в данной ситуации.

Замечание – «анти-вежливый» речевой жанр, который может «камуфлироваться» под другие типы высказываний (речевые акты) и быть похожими на совет, вопрос, реализовываться в речи с помощью ряда конструкций регулярно использующимся в коммуникативной практике носителей русского языка. Важным свойством замечаний является то, что они тесно связаны с эмоцией стыда – указание на нарушение социальной нормы должно сопровождаться именно таким эмоциональным откликом со стороны адресата. Представления носителей русского языка о замечаниях как «ликоповреждающем» речевом жанре отражаются в метакоммуникативных комментариях: как правило, эти комментарии указывают на конфликтность замечаний.

13. O'Driscoll J. Face and (Im)politeness // The Palgrave Handbook of Linguistic (Im)politeness / ed. J. Culpeper, M. Haugh and D. Kádár. London : Palgrave Macmillan, 2017. P. 89–118.

14. Шаронов И. А., Козодаева М. А. Невежливость и «антивежливость»: две мишени речевого этикета // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации : материалы Междунар. науч. конф., состоявшейся в институте лингвистики РГГУ 23–24 октября 2018 г. [сост. и отв. ред. И. А. Шаронов]. М. : Политическая энциклопедия, 2018. С. 292–299.

REFERENCES

1. Shilikhina K. M. *Verbal Ways of Modification of Behaviour and Emotional State of the Interlocutor in the Russian and American Communicative Cultures*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philol.). Voronezh, 1999. 182 p. (in Russian).
2. Efremova T. F. *Sovremennyj tolkovyj slovar' russkogo yazyka* [Explanatory Dictionary of the Modern Russian Language]. Available at: <https://dic.academic.ru/contents.nsf/efremova/> (in Russian).
3. Ozhegov S. I., Shvedova N. Yu. *Tolkovyj slovar' russkogo yazyka* [Explanatory Dictionary of the Russian Language]. Available at: <https://dic.academic.ru/contents.nsf/ogegova/> (in Russian).
4. Bicchieri C. *The Grammar of Society : The Nature and Dynamics of Social Norms*. Cambridge, Cambridge University Press, 2006. 278 p.
5. Sand I. *Say Hello to Your Shame: How to Let Go of Fear to be Wrong*. Moscow, Al'pina Publisher, 2023. 176 p. (in Russian).
6. Lazeeva N. V., Prohorova L. P. The concept of speech genre and approaches to its definition. *Siberean Journal of Philology*, 2013, vol. 4, pp. 230–234 (in Russian).
7. Rahilina E. V. Hey, conductor, push the brakes. *Komp'yuternaya lingvistika i intellektual'nye tekhnologii*:
- Po materialam ezhegodnoj Mezhdunarodnoj konferentsii "Dialog" [Computational Linguistics and Intellectual Technologies: Papers presented at the international Conference "Dialogue"]. Iss. 12 (19), vol. 1. Moscow, Russian State University for the Humanities Publ., 2013, pp. 596–603 (in Russian).
8. Goffman E. On Face-Work. In: *Interaction Ritual: Essays on Face-to Face Behaviour*. Harmondsworth, Penguin, 1967, pp. 213–231.
9. Brown P., Levinson S. *Politeness: Some Universals in Language Use*. Cambridge, Cambridge University Press, 1987. 358 p.
10. Grice H. P. Logic and Conversation. In: Cole P., Morgan J. L., eds. *Syntax and Semantics, Speech Acts*. Vol. 3. London, New York, Academic Press, 1975, pp. 41–58.
11. Boeva-Omelechko N. B. Question as a means of politeness and anti-politeness expression in the modern English language]. In: *Yazyk. Kul'tura. Perevod. Kommunikatsiya: sb. nauch. tr. k yubileyu prof. G. G. Molchanovoj* [Language. Culture. Translation. Communication: A Festschrift for prof. G. G. Molchanova]. Moscow, Tezaurus, 2015, pp. 85–88 (in Russian).
12. Culpeper J. Towards an Anatomy of Impoliteness. *Journal of Pragmatics*, 1996, vol. 25, pp. 349–367.
13. O'Driscoll J. Face and (Im)politeness. In: Culpeper J., Haugh M., Kádár D., eds. *The Palgrave Handbook of Linguistic (Im)politeness*. London, Palgrave Macmillan, 2017, pp. 89–118.
14. Sharonov I. A., Kozodaeva M. A. Impoliteness and Anti-politeness: two targets of speech etiquette. In: Sharonov I. A., ed. *Politeness and anti-politeness in language and communication: Proceedings of the International scientific conference held at the Institute of Linguistics of Russian State University of Humanities, 23–24 October 2018*. Moscow, Political Encyclopaedia, 2018, pp. 292–299 (in Russian).

Поступила в редакцию 19.04.2025; одобрена после рецензирования 13.05.2025; принята к публикации 13.05.2025; опубликована 30.09.2025

The article was submitted 19.04.2025; approved after reviewing 13.05.2025; accepted for publication 13.05.2025; published 30.09.2025

Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 273–279
Speech Genres, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 273–279
<https://zhanry-rechi.sgu.ru> <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-273-279>, EDN: ODYDHY

Научная статья
УДК 811.161.1'27'38'42:61

Вежливость врача в зеркале потребительских отзывов

Т. В. Шмелева

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, Россия, 173003, г. Великий Новгород, ул. Большая Санкт-Петербургская, д. 41

Шмелева Татьяна Викторовна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики. szmiel@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3360-0518>

Аннотация. В статье рассматривается вежливость медицинских работников – как она отражается в отзывах о потреблении медицинских услуг, опубликованных в Интернете. Методологически работа вписывается в традиции дискурс-исследований, семантических и стилистических штудий. Теоретически статья опирается на идеи медиалингвистики, дискурсологии, жанроведения, семантического синтаксиса и стилистики. Анализ небольшого корпуса текстов названного жанра, опубликованных на официальном сайте Министерства здравоохранения Новгородской области, позволил установить, что вежливость как параметр речевого поведения и одновременно характеристика отношения медика к пациенту входит в число регулярно оцениваемых параметров медицинской коммуникации пациентами и их близкими. При ее обсуждении в отзывах актуализируются такие ее параметры, как готовность к общению, жанровый репертуар, важность невербальных средств общения, в частности, улыбки, перлокутивные эффекты вежливых высказываний. Описан круг языковых средств, с помощью которых обозначается этот параметр речи медиков, – лексемы, аналитические выражения, идиомы. Сделаны выводы о дифференцированности вежливости по линии сфер коммуникации, дискурса, жанра и социального типажа коммуниканта; обозначены перспективы ее дальнейшего изучения в интересах дискурсивных исследований, медиалингвистики и лингводидактики.

Ключевые слова: дискурс, медицинский дискурс, речевой жанр, отзыв, вежливость, поведение, отношение, лексикон

Благодарности: Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда (проект № 24-18-00371, <https://rscf.ru/project/24-18-00371/>).

Для цитирования: Шмелева Т. В. Вежливость врача в зеркале потребительских отзывов // Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 273–279. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-273-279>, EDN: ODYDHY

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Politeness of a doctor in the mirror of consumer reviews

T. V. Shmeleva

Yaroslav the Wise Novgorod State University, 41 Bolshaya Sankt-Peterburgskaya St., 173003 Veliky Novgorod, Russia

Tatyana V. Shmeleva, szmiel@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3360-0518>

Abstract. The article examines the politeness of medical workers – how it is reflected in the genre of reviews on the consumption of medical services published on the Internet. Methodologically, the work fits into the traditions of discourse studies, semantic and stylistic studies. Theoretically, the article is based on the ideas of media linguistics, discourse studies, genre studies, semantic syntax and stylistics. An analysis of a small corpus of texts of the named genre published on the official website of the Ministry of Health of the Novgorod Region allowed us to establish that politeness as a parameter of speech behavior and at the same time a characteristic of the doctor's attitude to a patient is among the parameters of medical communication regularly assessed by

patients and their relatives. In reviews, the discussion of politeness brings to the forefront such parameters as readiness to communicate, genre repertoire, the importance of non-verbal means of communication – particularly a smile – and perlocutionary effects of polite utterances. The paper describes the range of linguistic means used to describe the doctors' speech, such as lexemes, analytical expressions, and idioms. It is concluded that politeness is differentiated along the lines of communication spheres, discourse, genre and social type of communicators. The paper also outlines the prospects for further research of the topic in the context of discourse analysis, media linguistics and linguodidactics.

Keywords: discourse, medical discourse, speech genre, review, politeness, behavior, attitude, lexicon

Acknowledgments: The study was supported by the Russian Science Foundation (grant No. 24-18-00371, <https://rscf.ru/project/24-18-00371/>).

For citation: Shmeleva T. V. Politeness of a doctor in the mirror of consumer reviews. *Speech Genres*, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 273–279 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-273-279>, EDN: ODYDHY

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Постановка проблемы

Можно считать общепризнанным, что вежливость – явление, специфичное для разных сфер общения – деловой, повседневной, научной... Среди этих сфер рассматривается как особая и **медицинская коммуникация** – общение врача с пациентом, что представлено, например, в публикациях [1, 2]. Изучению вежливости именно в этой сфере посвящена настоящая работа. При этом важно, что подход к ее изучению особый – через отражение ее в **потребительских отзывах**, которые в условиях цифровизации публикуются в невиданных масштабах, для чего существуют особые сайты, например, региональная версия сайта «ПроДокторов: Великий Новгород» (<https://prodotorov.ru/vnovgorod/>) включает 8505 отзывов (на 12.04.2025). Помимо этих специализированных ресурсов, отзывы публикуются на официальных сайтах органов управления и медицинских учреждений, что обеспечивает их массовость. Такие тексты уже становились объектом лингвистического внимания в отношении жанровой природы и конфликтогенности [3, 4]. Цель настоящей работы – показать, какой видят вежливость врачи авторы отзывов, какие смысловые отношения этой категории для них существенны и каковы языковые средства ее представления в этом речевом жанре.

Методология и методика исследования

Методологическую базу настоящей работы составляют прежде всего принципы медиалингвистики и дискурсивных исследований, среди которых важнейшим оказывается учет факторов массовости и диалогичности интернет-коммуникации [3, 4], а также соотношение медицинского дискурса с рядом смежных – по-вседневным, институциональным, научным [5],

что не может не отразиться на его текстах, в том числе избранных для изучения.

Ключевой термин работы – **потребительский отзыв**, используемый и в виде **отзыв потребителя** [4], – ориентирован на фактор автора, в качестве которого выступают не только пациенты, но и их близкие, прежде всего в случаях, когда лечат маленьких детей или пожилых родителей, то есть медицинская коммуникация понимается несколько иначе, чем обычно. Нельзя не признать, что вообще значение этого термина оказывается шире, чем сфера медицинских услуг, – так обозначаются и отзывы потребителей торговых услуг, сервиса, но, когда речь идет, как в данном случае, именно о медицине, такая широта не мешает точности терминообозначения.

При работе с текстами отзывов учитывается, что они размещаются на сайтах не непосредственно авторами, а проходят модерацию, и это не хранится в тайне; подробно об этом см. в статье [6]. Отсюда однотипность отзывов как в плане содержания, так и в стилистическом отношении. Это означает, что их нельзя воспринимать как непосредственное и искреннее выражение отношения авторов, однако с учетом «коэффициента модерации» можно, как кажется, выявить нужный нам параметр – вежливость, чтобы понять, какое место он занимает в кругу других параметров оценки деятельности врача и что конкретно имеется в виду. При этом нельзя не отдавать себе отчета в том, что вежливость – не единственный параметр коммуникации в медицине; ср. работы по теории медицинской коммуникации и, в частности, статью [7], где речь идет об используемых в ней стратегиях убеждения. Важно и то, что потребительский отзыв – это графическая реакция на устное общение, то есть диалогичность коммуникации не от-

ражает непосредственного обмена репликами; он отсрочен во времени, а текст выступает в иной фактуре.

Что касается жанровой природы исследуемых текстов, то она детально рассмотрена в статье [4]. Принимая в целом предложенную автором указанной работы интерпретацию отзыва как речевого жанра, в частности признавая важнейшим противопоставление позитивных и негативных отзывов, стоит дополнитель-но подчеркнуть, что выявленные элементы структуры отзыва («история / проблема + разрешение проблемы / доктор-исцелитель + оценка / благодарность + выгоды / бонусы + рекомендации» [4: 381]) представляют собой жанровые образования, что заставляет воспринимать анализируемый текст как полин-интенциональный, включающий, по крайней мере, четыре интенции – этикетную (благодарность), информативную (представление медицинской ситуации – болезнь, диагноз, лечение), оценочную и императивную (реко-мендации для потенциальных потребителей медицинских услуг); помимо этих интенций, он допускает (хотя и не требует), напри-мер, благопожелания в адрес врача и других сотрудников клиники, сопоставление их с ра-ботниками других медучреждений и т. д. Понятно, что главная интенция – этикетная, она может выступать как единственная; для ее обоснования реализуются оценочная, ин-формативная, и как следствие – императивная интенции. Очевидно, что интересующий нас смысл ‘вежливость’ появляется при реализации оценочной интенции, поэтому упоминание о ней можно найти не в любом отзыве.

Относительно исследовательской методики настоящей работы и представления ее резуль-татов важно подчеркнуть следующие моменты. Эмпирическую базу исследования составили отзывы о деятельности врачей, опубликован-ные в интернете – на сайте Министерства здравоохранения правительства Новгородской области (<https://minzdrav.novreg.ru/>). Тексты анализируются методом контент-анализа: обнаруживается ключевое слово *вежливый*; изу-чается его контекстное окружение; делается вывод о месте этого качества в характери-стике медицинской деятельности врача или клиники. Изучение контекста, в котором высту-пает ключевое слово в отзывах, направлено и на выявление детализации понимания авторами отзывов врачебной вежливости. Наряду с этим квантитативные методы помогают сде-лать выводы о значимости вежливости для оценки деятельности врача. В итоге методом реконструкции формулируются представления о вежливости, которыми руководствуются ав-торы отзывов и которые, как можно полагать,

характеризуют важные моменты медицинской коммуникации.

При использовании реальных текстов отзы-вов в качестве иллюстрации они приводятся в оригинальной орфографии и пунктуации, ча-ще в виде необходимых фрагментов. Фамилии авторов и героев отзывов сокращаются, по-скольку обнародовать персональные данные врачей и пациентов за пределами медицин-ского дискурса представляется неэтичным.

Теоретические основания

Для анализа смысла ‘вежливость’ в потреби-тельском отзыве необходимо сформулиро-вать его толкование с опорой на лексикогра-фические источники и научные публикации.

Хотя слово *вежливый* присутствует уже в древнерусском языке, значение ‘учтивый’ оно приобретает не раньше XVI в. и фиксиру-ется в словарях с 1704 г. [8: 138]. Несмотря на это, говорить о его очевидном толкова-нии не приходится. Не стремясь представить полную картину его понимания и полагаясь главным образом на материалы конференции, посвященной вежливости [9], обратим внима-ние на то, что вежливость толкуется как:

«речевое поведение, соответствующее определенным нормам и демонстрирующее уважение к другому» [10: 33];

«исторически сложившиеся в данной куль-туре коллективные нормы и правила, кото-рые регулярно воспроизводятся в процес-се коммуникации и следование которым позво-ляет ее участникам нейтрально, комфор-тно и бесконфликтно общаться на любые, самые болезненные темы» [11: 38];

«формы выражения уважительности к ад-ресату, отведенные ему той роли, которая соотв-етствует его социальным характери-стикам» [12: 46].

Кроме того, вежливость считают «манерой поведения», суть которой видят «в демон-стриации доброго отношения между участни-ками общения путем акцентирования положи-тельного имиджа адресата» [13: 108, 105].

При очевидном несходстве приведенных толкований видно одно: вежливость – будь то поведение, языковые формы или пра-вила их исполь-зования (все это связано между собой, что обеспечивает метоними-ческие переносы наименований) – важна как выражение, проявление, демонстрация *отно-шения*, для описания которого используется ряд обозначений от доброты до поддер-жания имиджа адресата, включая нейтральность, комфор-тность, бесконфликтность. В целом можно сказать, что вежливость обеспечи-вает коммуникацию, потому как ее отсутствие оказывается угрозой для продолжения обще-ния. Как подтверждение неразрывной связи

вежливости и отношений можно воспринимать, например, тот факт, что исследование качества медицинских услуг проводится с выяснением такого «маркера сервиса», как «доброжелательность и вежливость» [2], то есть отношение и поведение мыслится как единый показатель деятельности врача.

Стоит добавить, что вежливость как параметр коммуникации в текстах, написанных живыми людьми, хотя и модерированных специалистами, может обозначаться не только ключевым термином, вынесенным в название статьи, но и широким кругом синонимических средств, а ее отсутствие – антонимичных. Смысловая близость ряда обозначений подтверждается словарями синонимов, даже самыми краткими, для школьников, как например, [14], где к прилагательному *вежливый* указаны синонимы *учтивый, корректный, уважительный, обходительный, предупредительный, любезный, галантный*. Более широкий круг поведенческих прилагательных типа *галантный, наглый, бесцеремонный* рассмотрен в работе [15].

Эти данные позволяют уточнить методику семантического анализа отзывов на предмет представления в них смысла вежливости: в таком анализе необходимо учитывать не только ключевое слово *вежливый*, но и его производные, синонимичные и антонимичные обозначения, составляющие особый лексикон вежливости. А опираясь на вывод о неразрывной связи вежливости и отношения, можно думать, что такие обозначения, как *доброжелательность, чуткость, внимательность* и т. п. следует воспринимать как косвенные указания на вежливость общения.

Анализ материала

Для выявления того, насколько вежливость важна для отзывов о медицинских услугах, методом сплошной выборки сформирован корпус текстов с сайта Новгородского Министерства здравоохранения, опубликованных там с 16 января 2024 г. до 19 марта 2025 г. Отметим, что эта рубрика сайта названа «Спасибо врачам», что фиксирует как главную интенцию благодарности и исключает негативные отзывы, но не помешает нашему исследованию, поскольку вежливость фигурирует в положительных отзывах.

Это небольшая выборка – 36 текстов – кажется тем не менее репрезентативной, так как в ней присутствуют отзывы пациентов, родителей маленьких детей и детей пожилых родителей; оценивается работа врачей и персонала областных клиник разных профилей, скорой помощи, сельских больниц; наконец, в большинстве отзывов речь идет об интересующем нас параметре общения.

Полагая, что вежливость врача – это речевое (коммуникативное) поведение, свидетельствующее о доброжелательном отношении медика к пациенту и его близким, учитывая, что в отзывах на этот параметр общения есть как прямые указания, так и косвенные – через обозначение отношения, предполагающего вежливое поведение.

Прежде всего стоит отметить, что только в пяти отзывах не заходит речь ни о том, ни о другом, что позволяет заключить, что доброжелательное отношение и вежливость – это востребованные основания для оценки деятельности медработников наряду с профессионализмом.

Анализируя отзывы с **прямым указанием на вежливость**, отмечаем, что оно реализуется с помощью субстантива *вежливость*, адъектива *вежлив* и наречия – *вежливо*; в рассмотренных отзывах каждая из форм встречается однажды. Из синонимов вежливости авторы отзывов используют лексемы *приветливый, обходительный, тактичный*:

*Врач и весь персонал работали быстро и слаженно. Больных было много, но никто не оказался без внимания. Особенно меня обрадовало молодое поколение, ребята **вели себя вежливо** и очень профессионально* (16 января 2024);

*Огромное им спасибо за **приветливость, доброту**, с которой они подходят к лечению пациентов* (11 апреля 2024).

Если говорить о **детализации** представлений авторов отзывов о вежливости, то надо прежде всего отметить такой параметр, как **готовность к общению**:

На связи 24/7 с пациентами и их близкими; ... все обговаривается и решается; всегда выслушает; ... ответит на все интересующие меня вопросы; ... нужные слова в трудную минуту.

Интересно, что авторы отзывов называют **речевые жанры**, в которых проявляется вежливое речевое поведение: это уже упомянутые *ответы на вопросы, совет, шутка*; важно и значимое отсутствие жанра со стороны пациента – *жалобы*:

*... когда тебя поддерживают, отвлекают, **шутят**, заботятся о тебе, 55 раз подойдут и всегда с улыбкой – это дорогое стоит* (7 мая 2024).

Кстати, **улыбке** как невербальному элементу речевого поведения [16] авторы отзывов уделяют большое внимание. Улыбка выступает в отзывах как характеристика поведения врача: *всегда с улыбкой и участием; улыбчива; «инструмент» в руках врача: Говорят, улыбка лечит – это именно про этих врачей; основание для благодарности: Спасибо за вашу чудесную улыбку.*

Важно, что авторы отзывов подчеркивают **эффективность** вежливого общения, ссылаясь не только на общие суждения типа «Не зря говорят, что слово может вылечить» или «Даже слово лечит», но и перечисляя те эффекты, которых врачи достигают словом: *поддерживают, успокаивают, настраивают, придают уверенности, приводят в чувства; отвлекают, уговаривают, как маленьких детей...*

Таким образом, помимо обозначения врачебной вежливости с помощью лексем, она представлена в отзывах через невербальные проявления и перлокутивные эффекты.

Если посмотреть на обозначения **отношения**, о котором свидетельствует вежливость, то следует сказать, что в рассмотренном корпусе отзывов преобладают тексты, где формулируется оценка и отношения, и вежливости, а есть – где только отношения, их примерно поровну – 12 и 11, см., например:

Хочется поблагодарить участкового фельдшера Боровичской поликлиники С. За внимательное отношение к пациентам, за готовность помочь каждому, за вежливость и профессиональную работу (2 февраля 2025).

Отдельно хочу выразить благодарность врачам урологического отделения М., А., Б. и старшей медсестре отделения П. за их профессионализм и чуткое отношение к пациентам (3 февраля 2025).

Показательно, что нам встретилось лишь два отзыва, где оценивается только вежливость. Эти количественные данные, по-видимому, говорят о том, что в восприятии авторов отзывов отношение важнее, чем поведение.

Что касается **средств обозначения** отношения, то их парадигма выглядит так: *доброжелательный = доброжелательность = доброжелательное отношение*; то есть отношение представляется как признак носителя или как свойство – синтетически субстантивом с суффиксом *-ость* или аналитически с помощью экспликатора *отношение*; иногда в этом ряду оказываются глаголы, например, *заботились или отнеслись с заботой* (аналитическая конструкция):

О. обладает прекрасными профессиональными качествами: доброжелательностью, чуткостью, тактичностью, пониманием проблем пациентов (8 мая 2024).

Спасибо огромное за профессионализм, старания, столь чуткое отношение, качественную помощь в лечении (19 марта 2025).

Собственными глазами видела, как душевно они относятся к больным, вселяя в них надежду (16 мая 2024).

Интересно при этом, что в субстантивных аналитических конструкциях можно встретить *прилагательные, обозначающие как отношение* –

– чуткое, внимательное, доброжелательное, так и речевое поведение – *тактичное* и даже *вежливое отношение*. Из этого следует, что лингвистически существенное противопоставление 'отношение / поведение' (ср. *вести себя вежливо / относиться доброжелательно*) для авторов отзывов не столь значимо, и аналитическое выражение с экспликатором *отношение* используется для обоих случаев:

Хочу выразить слова благодарности врачу-офтальмологу Боровичской поликлиники ЦРБ П. за ее отзывчивость, вежливое и внимательное отношение к пациентам (9 августа 2024),

Круг отношений представлен в отзывах довольно широко: чуткость (пожалуй, самое частотное), отзывчивость, внимательность, душевность, благожелательность, доброта, добросердечность, забота, терпение, понимание, ответственность, теплота, милосердие.

Интересно, что к обозначению отношения часто привлекается соматизм сердце – в составе субстантива *добросердечность*, а также в идиоме *доброе сердце*:

Спасибо за доброе сердце и ответственность, с которой они подходят к каждому пациенту (8 июля 2024).

Таким образом, анализ текстов потребительских отзывов позволил выявить представления о вежливости, характерные для авторов этих текстов как типичных получателей медицинских услуг.

Выводы

Итак, жанр потребительского отзыва оказывается достаточно информативным для выявления представлений его авторов о вежливости. С опорой на методы контент-анализа, семантического анализа и реконструкции, удалось установить, что эти представления характеризуются интегрированностью понятий *доброжелательное отношение / вежливое поведение* и значительным лексиконом, куда включаются лексемы, аналитические выражения и идиоматика.

При расширении эмпирической базы объем этого лексикона скорее всего увеличится, но его основной состав, надо полагать, выявлен. Полученные данные позволяют предположить, что категория вежливости дифференцирована по разным линиям – сфер общения, дискурсов и социальных типажей, что объясняет необходимость говорить о вежливости врачебной, учительской, родительской, студенческой и т. д. Дискурсивная обусловленность вежливости создает новые перспективы ее изучения, описания и использования в лингводидактике.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Эсауленко Н. П., Ошайко С. Н., Петрова И. Н., Корпан Л. И. Вежливость как составляющая часть медицины // Наука и образование: отечественный и зарубежный опыт : сборник трудов Пятьдесят второй международной научно-практической конференции (28 ноября 2022 г., Белгород). Белгород : Издательство ООО «ГиК», 2022. С. 514–516. EDN: JYGEUR
2. Лимкина Н. А. Доброжелательность и вежливость медицинского персонала в Республике Мордовия // XI Дыльновские чтения «Социология и общество: социальные процессы, факторы и механизмы развития» : материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Саратов, 12 февраля 2024 г.). Саратов : Саратовский источник, 2024. С. 261–266. EDN: CBUVKZ
3. Иссерс О. С. Отзывы о медицинских услугах и их конфликтогенный потенциал в эпоху цифровизации // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкоzнание. 2022. Т. 21, № 3. С. 66–76. <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.6>
4. Иссерс О. С. Речевой жанр отзыва потребителя и его трансформация в цифровую эпоху (на материале отзывов о докторах) // Жанры речи. 2023. Т. 18, № 4 (40). С. 375–385. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2023-18-4-40-375-385>, EDN: AAISBG
5. Шмелева Т. В. Лингвистическое исследования сферы ‘здоровье/болезни’: методологические основания // Ученые записки НовГУ. 2024. № 4 (55). С. 590–598. [https://doi.org/10.34680/2411-7951.2024.4\(55\).590-598](https://doi.org/10.34680/2411-7951.2024.4(55).590-598)
6. Леусенко С. Топ площадок с медицинскими отзывами // vc.ru – бизнес, технологии, идеи, модели роста, стартапы. URL: <https://vc.ru/u/958308-sergei-leusenko/873372-top-ploshadok-s-medicinskimi-otzyvami> (дата обращения: 12.10.2023).
7. Трофимова Г. Н., Комлева М. В. Стратегии убеждения в медицинском медиадискурсе: функционально-прагматический анализ // Неофилология. 2025. Т. 11, № 1. С. 124–138. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2025-11-1-124-138>
8. Черных П. Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка : в 2 т. Т. 1. М. : Русский язык, 1993. 623 с.
9. Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации : материалы Междунар. науч. конф., состоявшейся в институте лингвистики РГГУ 23–24 октября 2018 г. [сост. и отв. ред. И. А. Шаронов]. М. : Политическая энциклопедия, 2018. 318 с.
10. Борисова Е. Г. Прагматические категории дружелюбного общения (вежливость, приемлемость, уместность) // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации : материалы Междунар. науч. конф., состоявшейся в институте лингвистики РГГУ 23–24 октября 2018 г. [сост. и отв. ред. И. А. Шаронов]. М. : Политическая энциклопедия, 2018. С. 33–37.
11. Брагина Н. Г. Вежливость как невежливость: на стыке разных культурных норм и правил // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации : материалы Междунар. науч. конф., состоявшейся в институте лингвистики РГГУ 23–24 октября 2018 г. [сост. и отв. ред. И. А. Шаронов]. М. : Политическая энциклопедия, 2018. С. 38–44.
12. Буторина Е. П. Вежливость и антивежливость в деловом дискурсе // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации : материалы Междунар. науч. конф., состоявшейся в институте лингвистики РГГУ 23–24 октября 2018 г. [сост. и отв. ред. И. А. Шаронов]. М. : Политическая энциклопедия, 2018. С. 45–52.
13. Карасик В. И. Вежливость и антивежливость в сетевом дискурсе // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации : материалы Междунар. науч. конф., состоявшейся в институте лингвистики РГГУ 23–24 октября 2018 г. [сост. и отв. ред. И. А. Шаронов]. М. : Политическая энциклопедия, 2018. С. 104–114.
14. Михайлова О. А. Словарь синонимов и антонимов для школьников. Екатеринбург : У-Фактория, 2000. 512 с.
15. Крейдлин Г. Е., Хесед Е. А. Русские поведенческие прилагательные в аспекте категорий вежливости и невежливости // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации : материалы Междунар. науч. конф., состоявшейся в институте лингвистики РГГУ 23–24 октября 2018 г. [сост. и отв. ред. И. А. Шаронов]. М. : Политическая энциклопедия, 2018. С. 115–121.
16. Липская Д. Б. Категория вежливости: улыбка в японской культуре // Язык и культура: взгляд молодых : материалы IV Международной научной студенческой конференции (Москва, 26 мая 2021 г.) / гл. ред. М. Н. Русецкая. М. : Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2021. С. 307–311. EDN: WIPVVS

REFERENCES

1. E'saulenko N. P., Oshejko S. N., Petrova I. N., Korpan L. I. Politeness as a component of medicine. *Science and Education: Domestic and foreign experience: Coll. of works of the Fifty-second intern. sci. and pract. conf. (Belgorod, November 28, 2022)*. Belgorod, OOO “G and K”, 2022, pp. 514–516. EDN: JYGEUR (in Russian).
2. Limkina N. A. Friendliness and politeness of medical personnel in the Republic of Mordovia. XI Dylnov Readers “Sociology and Society: Social processes, factors, and mechanisms of development”: Proceeding of the All-Russian sci. and pract. conf. with intern. participation (Saratov, February 12, 2024). Saratov, Saratovskii istochnik, 2024, pp. 261–266. EDN: CBUVKZ (in Russian).
3. Issers O. S. Reviews of medical services and their conflict potential in the era of digitalization. *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 2022, vol. 21, no. 3, pp. 66–76 (in Russian). <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.6>
4. Issers O. S. The speech genre of consumer feedback and its transformation in the digital era (based on reviews of doctors). *Speech Genres*, 2023, vol. 18, № 4 (40), pp. 375–385 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2023-18-4-40-375-385>, EDN: AAISBG
5. Shmeleva T. V. Linguistic research in the field of ‘health/illness’: Methodological foundations. *Memoirs of NovSU*, 2024, no. 4 (55), pp. 590–598 (in Russian). [https://doi.org/10.34680/2411-7951.2024.4\(55\).590-598](https://doi.org/10.34680/2411-7951.2024.4(55).590-598)
6. Leusenko S. Top sites with medical reviews. vc.ru – biznes, texnologii, idei, modeli rosta, startapy’. Available at: <https://vc.ru/u/958308-sergei-leusenko/873372-top-ploshadok-s-medicinskimi-otzyvami> (accessed October 10, 2023) (in Russian).
7. Trofimova G. N., Komleva M. V. Persuasion strategies in medical media discourse: A functional-pragmatic analysis. *Neophilology*, 2025, vol. 11, no. 1, pp. 124–138

- (in Russian). <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2025-11-1-124-138>
8. Cherny'x P. Ya. *Istoriko-e'timologicheskij slovar' sovremennoj russkogo yazy'ka: v 2 t. T. 1* [Historical and Etymological Dictionary of the Modern Russian Language: in 2 vols, vol. 1]. Moscow, Russkij yazy'k, 1993. 623 p. (in Russian).
9. Sharonov I. A., ed. *Politeness and anti-politeness in language and communication: Proceedings of the International scientific conference held at the Institute of Linguistics of Russian State University of Humanities, 23–24 October 2018*. Moscow, Political Encyclopaedia, 2018. 318 p. (in Russian).
10. Borisova E. G. Pragmatic categories of friendly communication (politeness, acceptability, appropriateness). In: Sharonov I. A., ed. *Politeness and anti-politeness in language and communication: Proceedings of the International scientific conference held at the Institute of Linguistics of Russian State University of Humanities, 23–24 October 2018*. Moscow, Political Encyclopaedia, 2018, pp. 33–37 (in Russian).
11. Bragina N. G. Politeness as impoliteness: At the crossroads of different cultural norms and rules. In: Sharonov I. A., ed. *Politeness and anti-politeness in language and communication: Proceedings of the International scientific conference held at the Institute of Linguistics of Russian State University of Humanities, 23–24 October 2018*. Moscow, Political Encyclopaedia, 2018, pp. 38–44 (in Russian).
12. Butorina E. P. Politeness and anti-politeness in business communication. In: Sharonov I. A., ed. *Politeness and anti-politeness in language and communication: Proceedings of the International scientific conference held at the Institute of Linguistics of Russian State University of Humanities, 23–24 October 2018*. Moscow, Political Encyclopaedia, 2018, pp. 45–52 (in Russian).
13. Karasik V. I. Politeness and anti-politeness in online discourse. In: Sharonov I. A., ed. *Politeness and anti-politeness in language and communication: Proceedings of the International scientific conference held at the Institute of Linguistics of Russian State University of Humanities, 23–24 October 2018*. Moscow, Political Encyclopaedia, 2018, pp. 104–114 (in Russian).
14. Mikhajlova O. A. *Slovar' sinonimov i antonimov dlya shkol'nikov* [Dictionary of synonyms and antonyms for schoolchildren]. Ekaterinburg, U-Faktoriya, 2000. 512 p. (in Russian).
15. Krejdlin G. E., Xesed E. A. Russian behavioral adjectives in the aspect of categories of politeness and impoliteness. In: Sharonov I. A., ed. *Politeness and anti-politeness in language and communication: Proceedings of the International scientific conference held at the Institute of Linguistics of Russian State University of Humanities, 23–24 October 2018*. Moscow, Political Encyclopaedia, 2018, pp. 115–121 (in Russian).
16. Lipskaya D. B. Politeness category: Smile in Japanese culture]. Rusetskaya M. N., ed. *Language and Culture: The Young People's View: Proceeding of the IV Intern. sci. stud. conf. (Moscow, May 26, 2021)*. Moscow, Pushkin State Russian Language Institute Publ., 2021, pp. 307–311. EDN: WIPVVS (in Russian)

Поступила в редакцию 14.04.2025; одобрена после рецензирования 05.05.2025; принята к публикации 05.05.2025; опубликована 30.09.2025

The article was submitted 14.04.2025; approved after reviewing 05.05.2025; accepted for publication 05.05.2025; published 30.09.2025

Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 280–289
Speech Genres, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 280–289
<https://zhanry-rechi.sgu.ru> <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-280-289>, EDN: OSZZIV

Научная статья
УДК 811.161.1'27'38'42:61

Оценка коммуникативных навыков и профессионального такта врача как жанрообразующий признак отзыва о медицинских услугах

О. С. Иссерс

Омский государственный университет имени Ф. М. Достоевского, Россия, 644077, г. Омск,
пр. Мира, д. 55А

Иссерс Оксана Сергеевна, доктор филологических наук, профессор кафедры теоретической
и прикладной лингвистики, isserso@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4027-6346>

Аннотация. В интернет- отзывах о медицинских услугах оценка потребителями коммуникативных навыков и профессионального такта врача является существенным признаком жанра. По мнению целевой аудитории, данный параметр является существенным для общей оценки качества медицинской услуги. Эмпирическую базу составили отзывы о врачах, размещенные на сайтах профильных сетевых изданий и форумах.

На основании анализа выявлены позитивные и негативные оценки пациентами коммуникативных навыков и профессионального такта врача. Установлено, что оценка успешности коммуникативного взаимодействия с врачом входит в число существенных признаков рассматриваемого интернет-жанра, поскольку отражает интенцию адресанта, направленную на формирование мнения массовой аудитории о предоставляемых услугах.

Определены параметры коммуникативной компетенции медицинского специалиста, по которым проходит оценивание в отзыве: это умение сообщить необходимую пациенту информацию в полной, доступной и деликатной форме, эмпатия, такт, соблюдение профессиональной этики, навыки контроля диалогического взаимодействия, тональность общения и др. На основе сопоставления позитивной и негативной оценки отдельных параметров коммуникативной компетенции выявлены приемы эффективного и рискованного общения врача с пациентом и их дискурсивные характеристики.

Результаты могут послужить основой для расширения исследований профессионального медицинского общения на материале устных и письменных источников рефлексии пациентов.

Ключевые слова: медицинский дискурс, речевой жанр, интернет-отзыв, отзывы о медицинских услугах, коммуникативные навыки врача, коммуникативная компетенция врача, профессиональный торт врача

Благодарности: Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда (проект № 24-18-00371, <https://rscf.ru/project/24-18-00371/>).

Благодарю преподавателя ОмГУ им. Ф. М. Достоевского Е. В. Малахову за помощь в формировании эмпирической базы исследования.

Для цитирования: Иссерс О. С. Оценка коммуникативных навыков и профессионального такта врача как жанрообразующий признак отзыва о медицинских услугах // Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 280–289. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-280-289>, EDN: OSZZIV

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Assessment of doctor's communication skills and professional tact as a genre-forming feature of a review of medical services

O. S. Issers

Dostoevsky Omsk State University, 55A Pr. Mira, Omsk 644077, Russia

Oxana S. Issers, isserso@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4027-6346>

Abstract. In online reviews of medical services, the consumer's assessment of the doctors' communication skills and their professional tact is an essential feature of the genre. According to the target audience, this parameter is vital for the overall assessment of the quality of medical service. The empirical base represents the reviews of doctors posted on the websites of specialized online publications and forums.

Based on the analysis, positive and negative patients' assessments of the doctor's communication skills and professional tact were identified. It has been established that the assessment of the success rate of the communicative interaction with the doctor is one of the essential features of the Internet genre under study, since it reflects the addresser's intention aimed at the formation of public opinion about the services provided.

The study defines the parameters of the medical specialist's communicative competence according to which the assessment in the review is made. The list includes the ability to communicate the necessary information to the patient in a complete, understandable and delicate form; empathy; tact; compliance with professional ethics; skills in controlling dialogic interaction; tone of communication, etc. Based on the comparison of positive and negative assessments of individual parameters of communicative competence, techniques of effective and risk-prone communication between a doctor and a patient were identified, along with their discursive characteristics.

The results can serve as a basis for expanding research on professional medical communication based on oral and written sources of patient reflection.

Keywords: medical discourse, speech genre, online review, reviews of medical services, medical review, doctor's communication skills, doctor's communicative competence, doctor's professional tact

Acknowledgments: The reported study was funded by Russian Science Foundation (RSF) (project № 24-18-00371, <https://rscf.ru/project/24-18-00371/>).

I would like to thank Evgenia V. Malakhova, a lecturer at Omsk State University named after F. M Dostoevsky, for her assistance in forming the empirical basis of the study.

For citation: Issers O. S. Assessment of doctor's communication skills and professional tact as a genre-forming feature of a review of medical services. *Speech Genres*, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 280–289 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-280-289>, EDN: OSZZIV

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Введение

Роль отзыва потребителя в аспекте социальных практик цифровой эпохи

Коммуникационные технологии XXI века сформировали виртуальное пространство социального диалога, без которого трудно представить существование современного человека. Значительную часть этого коммуникативного пространства представляет собой т. н. консьюмеристский дискурс, который включает такие дискурсивные практики, как виртуальный обмен мнениями потребителей о товарах и услугах.

По сравнению с рекламой и другими инструментами маркетингового продвижения, интернет-отзывы потребителей рассматриваются как более достоверные источники информации, на основании чего принимается решение о покупке. Недаром исследователи отмечают, что по степени доверия и охвату различных категорий товаров и услуг отзывы в сети могут выступать как «электронное сарафанное радио» в цифровую эпоху [1– 3].

О значимости этого ресурса для стимуляции продаж свидетельствуют данные маркетологов [4]. Так, в индустрии туризма примерно треть потенциальных путешественников читают интернет-отзывы на форумах и в блогах, прежде чем принять решение

о путешествии [5]. Установлено, что степень доверия потребителей к продукту или услуге увеличивается пропорционально количеству положительных отзывов о нем [6]. В связи с этим для описания консьюмеристского дискурса представляется значимым анализ жанрообразующих признаков отзыва потребителя, которые формируют в итоге его положительное либо отрицательное мнение об определенном товаре или услуге, высвечивая актуальные для данной товарной категории объекты оценивания. Отзывы являются эффективными и стимулируют продажи, если они содержат релевантную информацию, изложенную в понятной форме, с оценкой большого количества объективных характеристик [3]. Анализ такой существенной характеристики медицинской услуги, как коммуникативные навыки врача, находится в фокусе нашего исследования.

Отзыв потребителя стал объектом исследовательского внимания сравнительно недавно, однако актуальность этого жанра для прогнозирования поведения потребителей стимулирует интерес к изучению его дискурсивной специфики.

В исследованиях последних лет сделан ряд выводов о трансформации традиционного «бумажного отзыва» в цифровую эпоху,

жанровой специфике интернет- отзыва и особенностях его языкового воплощения [7– 11].

Так, в качестве жанрообразующих признаков сетевого отзыва отмечается его виртуальный характер («размещенное в сети асинхронное речевое произведение») и предметное содержание – «мнение автора о продукте или услуге» [10]. Особенности языкового воплощения речевого жанра интернет- отзыва потребителя отражены в публикациях ряда авторов, выполненных на материале различных категорий товаров и услуг [9, 10 и др.].

Одним из наиболее востребованных для массовой аудитории является интернет- отзыв о медицинских услугах: трудно найти человека, который был бы равнодушен к тому, кто и как его будет лечить. На смену «саркастическому радио» доцифровой эпохи пришли специализированные сетевые ресурсы, сайты учреждений здравоохранения, медицинские форумы и блоги, которые предоставляют широкий спектр мнений об услугах врачей и конкретных клиник, а также о методах лечения и его эффективности. Согласно ст. 79.1 ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации», независимая оценка качества услуг медицинских организаций является одной из форм общественного контроля. Публичный характер коммуникации и наличие массового адресата обуславливают трансформацию традиционного медицинского отзыва в направлении жанров рекламного и массмедиийного типов дискурсов, что вполне закономерно отражается на его жанрообразующих признаках.

В виртуальном отзыве потребителя медицинских услуг изменяется коммуникативная цель рассматриваемого жанра: «она связана не только и не столько с желанием потребителя отметить производителя товара или исполнителя услуги в целях его поощрения либо наказания вышестоящей инстанцией, сколько со стремлением укрепить или же подорвать репутацию, привлечь клиентов либо предупредить их о низком качестве услуги» [8: 403]. При этом аргументированность оценки и эмоциональность отзыва в значительной степени вариативны, что в целом определяется стратегией автора.

Вследствие указанных трансформаций наблюдается расширение объектов оценивания: от непосредственной характеристики качества товара или услуги автор отзыва переходит к оценке условий ее приобретения, включая позитивную либо негативную оценку коммуникативного взаимодействия с врачом или сотрудниками медицинского учреждения [8: 405]. Таким образом, в структуре «нового старого жанра» отзыва появляется такой жанрообразующий признак, как оценка комму-

никативных навыков врача либо сотрудников учреждения здравоохранения, что, по мнению целевой аудитории, является существенным признаком качества медицинской услуги.

Оценка коммуникативного взаимодействия с врачом в структуре отзыва о медицинской услуге

В жанре интернет- отзыва оценочное высказывание обладает как этической, так и прагматической функцией. Этический характер оценки выражает мнение автора о соответствии коммуникативного поведения врача принципам вежливости и такта, а также профессиональным нормам, закрепленным в том числе и законодательно. Прагматический аспект оценивания в отзыве обусловлен тем, что посредством оценки и через нее автор не только выражает свое мнение, но и воздействует на массового адресата, в том числе на его дальнейшие решения по приобретению услуги. Оценивание тесно связано с коммуникативными ценностями, которые обуславливают систему коммуникативных норм отдельных речевых сфер и жанров [12: 3–6], и интенциями говорящих, направленными на достижение их неречевых целей, что и составляет основу прагматического аспекта речи.

Важнейшей особенностью оценивания является то, что в нем всегда соединяются субъективные и объективные факторы. Субъективный компонент предполагает положительное или отрицательное отношение субъекта к объекту («нравится – не нравится»), в то время как объективный компонент относится к собственным свойствам предмета или явления, на основе которых происходит оценивание. Однако в контексте разных культур и социальных групп, в которых понятия и представления о норме неодинаковы, такая объективность в той или иной степени всегда является относительной.

Взаимодействие субъекта и объекта оценки лежит в основе классификации оценочных значений, предложенной Н. Д. Арутюновой. Автор выделяет три группы, каждая из которых включает разряды: 1) сенсорные оценки (сенсорно-вкусовые и психологические, интеллектуальные и эмоциональные); 2) сублимированные оценки (эстетические, основанные на синтезе сенсорных и психологических, и эстетических, основанные на норме); 3) рационалистические оценки: (утилитарные, нормативные и телесогласительные [13: 75]. Классификация базируется на первичности эмоционального либо рационального фактора, лежащего в основе акта оценивания, хотя в естественном языке данные факторы нередко сосуществуют (и это демонстриру-

ет наш материал). Эмоциональную основу оценивания составляет непосредственная реакция на объект, в то время как рациональная оценка предполагает оценочное суждение и способы выражения, учитывающие этот характер оценки, например, аксиологические предикаты мнения [14: 40].

Предметом нашего исследования является оценка коммуникативных навыков врача и соблюдение им профессионального такта, что предполагает выделение отдельных характеристик его речевого и неречевого поведения в общении с пациентами. Вследствие специфики виртуального жанра можно предположить, что в любом отзыве будут обнаружены как эмоциональные оценки, связанные с субъективным отношением к объекту оценивания, так и рациональные, ориентированные на практическую пользу отзыва о враче и медицинской услуге для массового адресата. На основании анализа рефлексии пациентов возможно реконструировать значимые для целевой аудитории профессиональные коммуникативные компетенции, формирующие имидж медицинского работника.

Коммуникативная компетентность врача и ее дискурсивные характеристики

Успешность практической деятельности специалиста в сфере здравоохранения и медицины определяется не только профессиональными знаниями и навыками, но и сформированными коммуникативными компетенциями. В современных условиях одной из причин недостаточной коммуникативной компетентности медицинских специалистов считают нарастающую техн全社会ization of лечебно-диагностического процесса и становление «немой» медицины, когда общение с пациентом минимизируется. Обозначенные проблемы приводят к необходимости выяснения сущности и особенностей коммуникативной компетентности в профессиональном становлении будущего медицинского специалиста [15].

Под коммуникативной компетентностью медработника понимают определенный уровень межличностного и профессионального опыта взаимодействия с окружающими, который необходим для успешного функционирования в профессиональной сфере и обществе [16]. В настоящее время проблема организации эффективной коммуникации в сфере медицины приобретает особую актуальность в связи с изменением используемых в организациях здравоохранения моделей взаимодействия между врачом и пациентом – внедрением пациенториентированного подхода и свойственного ему

принципа сотрудничества. В свете новой парадигмы в медицине качество коммуникации с пациентом приобретает особую значимость. Принципиально важным представляется знание рискованных факторов в профессиональном медицинском общении, овладение врачом дискурсивными приемами успешной коммуникации, определяющими выбор оптимальной коммуникативной тактики и языковых средств ее реализации. Рефлексия пациентов по проблемам коммуникации с медицинскими работниками может служить презентативным источником для выявления зон коммуникативного риска и разработки рекомендаций для повышения эффективности общения в медицинской сфере.

Материал и методы исследования

Источником для формирования эмпирической базы исследования стали отзывы потребителей медицинских услуг, размещенные на специализированных ресурсах с отзывами пациентов (<https://2gis.ru/>; <https://prodoctorov.ru>; <https://omsk.flamp.ru/> и др.) и медицинских форумах. В соответствии с Законом о персональных данных и условиями цитирования материалов ряда сетевых ресурсов мы не указываем ФИО врача и название клиники, ограничиваясь их условными обозначениями (инициалами).

Выборка была направлена на выявление в текстах отзывов позитивной либо негативной оценки коммуникативных навыков врача или сотрудников учреждения здравоохранения. Общее количество проанализированного материала составило более 200 фрагментов отзывов, в которых представлена эксплицированная либо имплицитная оценка коммуникативного поведения медицинского специалиста.

Методика исследования строится на основании одного из существенных жанрообразующих признаков интернет- отзыва о медицинской услуге – оценке результатов коммуникативного взаимодействия врача с пациентом. Последняя выражается, прежде всего, в положительной или отрицательной оценке отдельных составляющих (параметров) коммуникативной компетенции медицинского работника (эмпатия, такт, профессиональная этика, навыки контроля диалогического взаимодействия, доступность информации и др.). Исходя из этого выявляются эффективные и рискованные модели общения врача с пациентом и их дискурсивные характеристики.

Результаты и обсуждение

Для анализа коммуникативной компетенции врача были выделены следующие дис-

курсивно значимые параметры медицинского общения, отраженные в отзывах пациентов: полнота и доступность информации, проявление эмпатии, профессиональная этика и такт, организация диалогического взаимодействия, тональность коммуникации, выбор языковой формы. Учитывались не только вербальные, но и невербальные (паралингвистические) способы выражения указанных дискурсивных характеристик.

1. Оценка полноты и доступности информации является одним из основных факторов, определяющих удовлетворение медицинской услугой.

Федеральный закон «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» (ч. 1 ст. 22) предусматривает состав информации о состоянии здоровья гражданина: «каждый имеет право получить имеющуюся в медицинской организации информацию о состоянии своего здоровья, в том числе сведения о результатах медицинского обследования, наличии заболевания, об установленном диагнозе и о прогнозе развития заболевания, методах оказания медицинской помощи, связанном с ними риске, возможных видах медицинского вмешательства, его последствиях и результатах оказания медицинской помощи». При этом информация должна быть вербализована **в доступной для человека форме**. Кроме того, в случае неблагоприятного прогноза развития заболевания соответствующая информация должна быть передана **в деликатной форме** (при одновременном соблюдении требования о ее доступности для лица, которому она адресована).

В отзывах регулярно отражается оценка параметра полноты и доступности информации, а также оценивается форма ее представления. Следует отметить, что оценка данного параметра, свидетельствующего о профессиональной компетенции врача, как правило, сопровождается субъективной характеристикой его личностных качеств: *внимательный, вежливый, тактичный, деликатный, отзывчивый и т. п.*

(1) Попали к доктору Н. Очень чуткий, внимательный и вежливый специалист. Было приятно с ней общаться, она все доступно объяснила и рассказала¹.

(2) Выражаю огромную благодарность М.! Очень внимательный, тактичный, деликатный, профессионал высочайшего класса! Персонал очень доброжелательный! Обратилась в клинику со страшнейшим варикозом. И стеснялась, и смущалась, и боялась. Доктор подробно рассказал,

как есть и как будет. Настроил на результат. Чудо произошло! Позитивная характеристика коммуникативных навыков медицинских специалистов содержит оценку не только степени детализации информации, но и установку медицинского персонала на эмпатическое общение:

(3) Успокоили, показали, куда сесть, как лечь, бережно, безболезненно и аккуратно поставили внутривенный катетер. <...> я боюсь замкнутых пространств, но и тут меня не бросили на произвол судьбы, успокоили меня (прям как с ребенком), очень подробно объяснили, что меня ожидает, как я должна чувствовать себя, сколько по времени продлится процедура.

(4) Наблюдалась также у С. – вот это доктор с большой буквы! Прошу выразить ей слова благодарности! Отзывчивый, внимательный и чуткий невролог. Все подробно рассказала, назначила лечение, которое помогло.

Пациенты позитивно оценивают стремление врача разъяснить письменные рекомендации в доступной форме, использовать понятный адресату языковой код:

(5) Она выдала рекомендации в письменной форме и разъяснила их устно. Если я задавала вопросы, доктор на них отвечала. Б. не использовала в речи сложных медицинских терминов.

В то же время параметр полноты и доступности информации может быть представлен отрицательными оценками: в отзывах отмечается нежелание (или неспособность) врача «перевести» диагноз и рекомендации с профессионального языка на доступный пациенту:

(6) Врач что-то очень тихо говорила непонятными словами медицинскими, и когда попросил объяснить, ответила: «Вы что, сами не понимаете?» <...> В итоге, ничего не объяснив, написала: пропить таблетки непонятно для чего и от чего... Больше в клинику "N" не обращусь.

Объективная оценка неполноты информации нередко сопровождается субъективной негативной характеристикой тональности общения и отсутствия расположности врача к выстраиванию диалога:

(7) Мой приём был холодный и краткий, вообще без каких-либо объяснений. Врач поздоровалась, сказала раздеться, быстро сняла ЭКГ и вручила со словами «всё в порядке». Я, если честно, ожидала, чтобы у меня хотя бы спросили о жалобах, может быть, объяснили подробнее результат, даже если нет патологии, по мнению этого врача.

¹Здесь и далее текст отзыва приводится в соответствии с нормами орфографии и пунктуации, речевые особенности сохраняются.

Врач торопилась и выбежала из здания даже раньше нас.

Недоступная форма предоставления информации создает у пациентов впечатление недобросовестного маркетингового хода:

(8) **Некоторые врачи позволяют себе какие-то непонятные высказывания и просто наматывают на анализы, не объясняя, для чего вообще они нужны. Видимо, план надо выполнять!**

2. В аспекте деонтологии и биомедицинской этики обязательным условием профессионализма медицинского специалиста является **соблюдение профессионального такта и проявление эмпатии к больному**. В отзывах этот параметр регулярно находится в фокусе внимания пациентов: с одной стороны, позитивно оцениваются разные способы проявления заботы, внимания, такта (9), с другой – имеется значительное количество примеров, когда вместо сопереживания больной встречается с неделикатностью, бес тактностью, нарушениями профессиональной этики (10–14). Отметим, что представленность отрицательных оценок по этому параметру значительно выше положительных. Возможным объяснением такой диспропорции можно считать то, что проявление врачом эмпатии является нормой медицинского общения и поэтому далеко не всегда находит отражение в оценочных высказываниях.

(9) **Н чуткий и отзывчивый человек, внимательно выслушала меня, нашла решение вопроса, <...> в буквальном смысле слова вложив в решение вопроса частичку своей души.**

(10) **Никогда больше не обращусь. Лечилась у ЛОРа К. в течение недели. Результат: поступила в ГБ с средним отитом, острым синуситом и бронхитом. ЛОР ответила буквально следующее: "Мы не знаем, почему вам хуже. Идите в больницу!" А я, типа, до этого в музей ходила.**

Типичной ситуацией, требующей эмпатии, является сообщение врачом неблагоприятного прогноза развития заболевания, когда информация должна быть передана в деликатной форме. Признаком отсутствия эмпатии является «запугивание» пациента – именно так оценивают авторы отзывов речевые действия врача, отмечая их перлокутивный эффект (*страху я натерпелась*).

(11) **Доктор, узнав об этом, сразу начала запугивать, отправлять на удаление миомы, причём срочное. Я в испуге побежала к оперирующему врачу, который только посмеялся над назначениями НВ. <...> Но страху я натерпелась. Поэтому никому не советую обращаться к этому врачу.**

(12) **Была на приеме у К. Врач невнимательна, медсестра знает больше, чем она. Диагноз не поставила, только напугала. Постоянно жует на рабочем месте.**

(13) **Пришла с деликатной проблемой. <...> И каким-то неведомым образом на кресле врач увидела ВПЧ и начала сыпать фразами, типа: «Вы подцепили! Вам подарили!» Серьёзно? Именно так вас учат общаться с пациентами? После запугивания этим врачом сдала анализы на ВПЧ, которые тоже показали норму.**

(14) **Врач сразу напугал: "Все плохо, грудь отрежут, злокачественные новообразования, онкология".**

Одним из проявлений отсутствия эмпатии является **бестактность** – речевые действия, наносящие вред личной сфере собеседника. Профессиональный торт врача требует учета психологического состояния пациента, соблюдения границ его личного пространства, даже если речь идет о его здоровье. В медицинском общении бестактные высказывания нередко обусловлены разрушением этих границ, как в примере (15), где гинеколог дает пациентке указания (не рекомендации!), нарушающие социальные нормы разграничения профессионального медицинского и приватного общения, и в примере (16), где врач также ставит диагноз с привнесением в него этической оценки.

(15) **Честно говоря, в наше время уже не встречала гинекологов, которые стыдят за то, что ты не рожала. Однако гинеколог Н. В. меня потрясла. Специалиста не волнует, хотите ли вы вообще детей, есть ли у вас мужчина в конце концов. Причем это носит не характер рекомендации: родить до стольки-то, это именно: «Почему не рожаете? Вам уже пора. Потом поздно будет» и т. д.**

(16) **За 15 минут консультации врач определила: все мои проблемы из-за того, что я ещё «не выполнила главную женскую функцию» – не родила.**

Внедрение в личную сферу пациента обнаруживается в неуместных наставлениях и советах, не связанных с выполнением медицинского обследования: пациенты отмечают объективные характеристики ситуации, свидетельствующие об отсутствии у врача соответствующих компетенций общения, а также дают им субъективную оценку.

(17) **Психотерапевт и офтальмолог максимально грубые и бестактные. Психотерапевт с порога начала высказывать непрошеное мнение о том, что дочь рано пошла учиться на права (17 лет). Очень неприятная женщина. Окулист вообще позвала меня в кабинет, чтобы я смастерили**

резинку для волос или отрезал волосы своей дочери, хотя **даже не спросила у дочери, есть ли у нее резинка (она была). Нельзя таким людям работать в больнице.**

Проявлением бестактности является нарушение ролевого поведения врача (см. ниже – отчитала как маленькую девочку) и демонстрация неуважения, неприемлемые в рамках пациенториентированного подхода.

(18) Зайдя в кабинет, **она всем видом показала недовольство и неуважение к пациенту**, выслушав мою историю сказала: «Что так рано пришла?», – **отчитала как маленькую девочку**. Когда врач провела УЗИ, то **возмущаясь все время**, что срок маленький и так рано пришла, **говаря это с негативом**. Спросила: «Аборт будете делать или рожать?», – совсем **нетактичный вопрос** врача УЗИ. <...> **Хамское и недовольное отношение.**

3. Существенным параметром, определяющим коммуникативную компетентность врача, является **организация диалога с пациентом**. Сформированные навыки ведения диалога, так же как и грамотная речь, оцениваются в отзывах как позитивный признак (1–4, 9), в то время как неумение организовать диалогическое взаимодействие в соответствии с максимами вежливости и нормами медицинского этикета – негативно. Авторы отзывов отмечают отсутствие у врача навыков эффективного слушания (19, 20), а также низкий уровень культуры речи и нарушение норм этикета (20–21).

(19) Ужас, не ходите к этому врачу. Это **лектор, а не врач**. Невнимательная, не даёт возможности рассказать о своих проблемах, постоянно перебивает и **ведёт себя, как на лекции со студентами**.

(20) Посещала недавно гинеколога Р. Впервых, начну с того, что **на приёме она будто на своей волне, приходится повторять всю информацию по два, а то и по три раза, будто вообще не слушает!** Впервых, врач разговаривает **неграмотно**, аж уши режет, и общается на «**Ты**».

(21) Была на ультразвуковой чистке лица у врача-дерматолога Е. **Открыто грубила, обращалась на «ты», постоянно сидела в телефоне.**

Специалисты по деловому общению в качестве актуальной коммуникативной нормы рассматривают недопустимость посторонних телефонных разговоров в присутствии клиентов. Как можно судить по отзывам пациентов (21–22), этот признак входит в число значимых для оценки качества медицинских услуг.

(22) Зашла в кабинет доктора Д., он **около 5 минут при мне разговаривал с какой-то Наташей**, как все переезжа-

ют, а он остается на Маркса, после того как **мы вместе с медсестрой послушали эту "трогательную" беседу доктор наконец-то заметил, что в кабинете пациент.**

В качестве крайнего проявления несформированности коммуникативной компетенции врача (при том, что вполне сформированы другие профессиональные компетенции) выступает практика общения с пациентом, которая получила название «немая медицина». В условиях новых технологических возможностей диагностики врач нередко не обременяет себя разъяснениями диагноза и предстоящего лечения, ограничиваясь их письменной документацией.

(23) Консультация прошла **безмолвно**. У врача **спрашивал вопросы и сам пытался хоть что-то узнать**.

(24) Спасибо! Больше не пойду. Так все ограниченно! **Понятно, что писанина важна, но надо и с пациентом, извините, работать!** Прием не дешевый! Еще вопрос **хотела задать, но мне уже дверь открыли**. Очень не понравилась врач!

(25) **Разговаривает, бубня себе под нос, толком ничего не объясняя.**

4. **Хамство** как признак невежливого речевого поведения с установкой на понижение статуса адресата регулярно является поводом для отрицательной оценки медицинской услуги (26–28). В отзывах отмечается, что хамство нередко выражается в недостаточном для пациента объеме и доступности информации и в экспликации ее неактуальности для пациента (28).

(26) **Отрицательное впечатление, администраторы хамки!** Желания больше нет обращаться в это частное заведение, одно общение по телефону и непрофессионализм отталкивает изначально.

(27) Пришли к ЛОРу С. Это врач, который **совершенно не умеет разговаривать с пациентами**, при этом ещё и хамит. До конца не выслушала нас, я задала вопрос 1 раз как помочь снять симптомы... 2-й раз спросила... она свое твердит и пытается меня перекричать... спросив в 3 раз, я услышала крик: «Что вы от меня хотите – волшебную таблетку?! ... я ничем вам помочь не могу», – и продолжила разговаривать в таком тоне....

(28) Врач вела себя **грубо, хамила, на вопросы по методам лечения и назначениям не ответила**. За весь приём только пару слов: «Что вам от меня надо?» и «Зачем вам это знать?»

5. Ярким проявлением профессиональной некомпетентности врача является отсутствие установки на кооперативное

общение, которое обнаруживается в комплексе вербальных и невербальных признаков, как в примере (29). Вербальные признаки некооперативного общения проявляются в нарушении принципа информативности в постановке вопросов и в ответах; отвлечении от темы медицинской беседы и игнорировании интересов пациента (30), неприемлемой тональности диалога (31, 32). Невербальные сигналы неуважения проявляются в невнимании к пациенту (*сидела в телефоне в начале приема*), пренебрежительной позе.

(29) Я обратилась в клинику "N" для прохождения гинекологического УЗИ. Зашла, поздоровалась, **врач сидела в телефоне. Разговаривать начала сразу в грубой форме, не повернувшись ко мне лицом.** "Когда были последний раз м.?" Я говорю: "В понедельник". Она мне: "Число! Что проверяем?" Я отвечаю. Она: "Что проверяем, я и сама знаю. Зачем, для кого?" Я объясняю опять. Она **сидит спиной** <...> Я говорю: "А Вы всегда так грубо общаетесь?" "А что я Вам сказала? Не нравится, забирайте деньги и идите". Уважаемая клиника, это точно врач вашего уровня? Я хожу на УЗИ 2–3 раза в год, но **такого хамства не встречала даже в поликлинике. Ужасный врач!**

(30) За мои 1300 (!) **доктор стал рассказывать мне истории про Кашпировского, психосоматику и эксперименты врачей, про то, что он большой молодец** <...>. **Раз пять я осекала врача, прося вернуться к моему вопросу. Реакция была очень неадекватна:** он сказал, что мне нужно к психиатру.:) Никому не рекомендую обращаться, если только, у вас нет дефицита общения и вы не готовы отдать такие деньги за то, **чтобы послушать врача с его историями, или то, как он при вас будет беседовать по телефону.**

С точки зрения выбора тональности диалога отрицательно оценивается неуместный юмор, не соответствующий установке на эмпатию и кооперацию с пациентом:

(31) С. **высказывал неуместные и глупые шуточки, я бы сказала, саркастические.** Это мне не понравилось. Данного врача я рекомендовать не стану.

(32) Осмотр провёл за 5 минут! Ничего не увидел! На мои вопросы **сидел смеялся, говоря, что, возможно, у вас не почки болят, и вообще по УЗИ невозможно увидеть, есть у вас там что или нет.**

Выходы

Как показали наблюдения, удовлетворенность пациентов медицинскими услугами в значительной степени связана с коммуникативными аспектами взаимодействия с медицинским специалистом. На основании анализа интернет-отзывов о медицинских услугах выявлены позитивные и негативные оценки пациентами коммуникативных навыков врача, в том числе соблюдение им принципов профессиональной вежливости и такта. Установлено, что оценка успешности медицинской коммуникации входит в число существенных признаков рассматриваемого жанра, поскольку отражает интенцию адресата, направленную на публичное распространение сведений о медицинских работниках и формирование мнения массовой аудитории о предоставляемых услугах.

Позитивная или негативная оценка коммуникативной компетенции врача базируется на коммуникативных ценностях медицинского общения, которые обнаруживаются в рефлексии носителей языка. Оценивание осуществляется по отдельным параметрам, формирующими коммуникативную компетенцию медицинского работника (умение сообщить необходимую пациенту информацию в полной, доступной и деликатной форме, эмпатия, такт, соблюдение профессиональной этики, навыки контроля диалогического взаимодействия, тональность общения и др.). На основе сопоставления позитивной и негативной оценки отдельных параметров коммуникативной компетенции врача выявлены приемы эффективного и рискованного общения врача с пациентом и их дискурсивные характеристики.

Анализ материала показал, что большая часть оценок (более 70%), содержащихся в отзывах о медицинских услугах, связаны с неудовлетворительной оценкой коммуникативных навыков медицинского персонала, в то время как их сформированность является профессиональной нормой и служит фоном для выявления отступлений от нее (ср. [12: 8]). Этим объясняется меньшая представленность позитивных характеристик медицинского общения в отзывах.

В исследовании обозначены параметры оценивания коммуникативных компетенций врача. Они не представляют собой закрытый список и могут послужить основой для расширения исследований профессионального медицинского общения на материале устных и письменных источников рефлексии пациентов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Anderson E. W. Customer satisfaction and word of mouth // *Journal of Service Research*. 1998. № 1 (1). P. 5–17. <https://doi.org/10.1177/109467059800100102>
2. Chevalier J. A., Mayzlin D. The effect of word of mouth on sales: Online book reviews // *Journal of Marketing Research*. 2006. № 3. P. 345–354. <https://doi.org/10.1509/jmkr.43.3.345>
3. Шиловский С. В. Влияние отзывов в социальных медиа на доверие, вовлеченность потребителей и продажи розничных сетей // Практический маркетинг. 2018. № 12 (262). С. 20–24.
4. Klein L. R., Ford G. T. Consumer search for information in the digital age: An empirical study of prepurchase search for automobiles // *Journal of Interactive Marketing*. 2003. Vol. 17, № 3. P. 29–49. <https://doi.org/10.1002/dir.10058>
5. Park D.-H., Lee J., Han I. The effect of online consumer reviews on consumer purchase intention: The moderating role of involvement // *International Journal of Electronic Commerce*. 2007. Vol. 11, № 4. P. 125–148. <https://doi.org/10.2753/JEC1086-4415110405>
6. Chen P., Wu S., Yoon J. The impact of online recommendations and consumer feedback on sales // *ICIS 2004. Proceedings*, 58. С. 711–723. URL: <http://aisel.aisnet.org/icis2004/58/> (дата обращения: 12.02.2025).
7. Иссерс О. С. Отзыв о путешествии как жанр блогосферы: между правдой и фейком // Русский язык сегодня : Вып. 6. Одиннадцатые Шмелевские чтения (23–25 февраля 2015 г.). Речевые жанры современного общения : сб. докл. междунар. конф. М. : Азбуковник, 2015. С. 68–71.
8. Иссерс О. С. Речевой жанр отзыва потребителя и его трансформация в цифровую эпоху (на материале отзывов о докторах) // Жанры речи. 2023. Т. 18, № 4 (40). С. 398–408. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2023-18-4-40-398-408>
9. Еремина М. А. Речевой жанр отзыва в коммуникативном пространстве Интернета // Научный диалог. 2016. № 5 (53). С. 34–45.
10. Погорелова И. В. Лингвосемиотический аспект интернет-отзыва // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов : Грамота, 2017. № 10 (76): в 3 ч. Ч. 3. С. 149–152. URL: <http://www.gramota.net/materials/2/2017/10-3/42.html> (дата обращения: 12.02.2025).
11. Шавлохова Ф. В. Речевой жанр отзыва потребителя в интернет-коммуникации: особенности языкового воплощения // Гуманитарные научные исследования. 2019. № 5. URL: <https://human.snauka.ru/2019/05/25823> (дата обращения: 12.02.2025).
12. Дементьев В. В. Речежанровые коммуникативные ценности в новых и новейших сферах русской речи. Саратов : Издательство Саратовского университета. 2016. 396 с.
13. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М. : Наука, 1988. 338 с.
14. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. М. : Едиториал УРСС, 2002. 280 с.
15. Михайлук Ю. В., Хриптович В. А., Манулик В. А. Формирование коммуникативной компетентности у студентов медицинского вуза (теоретические и практические аспекты) : учеб.-метод. пособие. Минск : БГМУ, 2015. 68 с.
16. Горшунова Н. К., Медведев Н. В. Формирование коммуникативной компетентности современного врача // Успехи современного естествознания. 2010. № 3. С. 36–37.

REFERENCES

1. Anderson E. W. Customer satisfaction and word of mouth. *Journal of Service Research*, 1998, no. 1 (1), pp. 5–17. <https://doi.org/10.1177/109467059800100102>
2. Chevalier J. A., Mayzlin D. The effect of word of mouth on sales: Online book reviews. *Journal of Marketing Research*, 2006, no. 3, pp. 345–354. <https://doi.org/10.1509/jmkr.43.3.345>
3. Shilovskiy S. V. Impact of social media reviews on consumer trust, involvement, and retail sales. *Practical Marketing*, 2018, no. 12 (262), pp. 20–24 (in Russian).
4. Klein L. R., Ford G. T. Consumer search for information in the digital age: An empirical study of prepurchase search for automobile. *Journal of Interactive Marketing*, 2003, vol. 17, no. 3, pp. 29–49. <https://doi.org/10.1002/dir.10058>
5. Park D.-H., Lee J., Han I. The effect of online consumer reviews on consumer purchase intention: The moderating role of involvement. *International Journal of Electronic Commerce*, 2007, vol. 11, no. 4, pp. 125–148. <https://doi.org/10.2753/JEC1086-4415110405>
6. Chen Pei-Yu, Wu Shin-yi, Yoon J. The impact of online recommendations and consumer feedback on sales. *ICIS 2004. Proceedings*, 58, pp. 711–723. Available at: <http://aisel.aisnet.org/icis2004/58/> (accessed February 12, 2025).
7. Issers O. S. Review of the trip as a genre of the blogosphere: Between truth and fake. *Russian Language Today: Iss. 6, 11th Shmelev's Readings (February 23–25, 2015). Speech genres of modern communication: Collected works*. Moscow, Azbukovnik, 2015, pp. 68–71 (in Russian).
8. Issers O. S. Speech genre of consumer reviews and its transformation in the digital age (based on reviews of doctors). *Speech Genres*, 2023, vol. 18, no. 4 (40), pp. 398–408 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2023-18-4-40-398-408>
9. Yeremina M. A. Speech genre of feedback in internet communicative space. *Scientific Dialogue*, 2016, no. 5 (53), pp. 34–45 (in Russian).
10. Pogorelova I. V. Linguo-semiotic aspect of Internet-commentary. *Philology. Theory and practice*. Tambov, Gramota, 2017, no. 10 (76) : in 3 parts, part 3, pp. 149–152. Available at: <http://www.gramota.net/materials/2/2017/10-3/42.html> (accessed February 12, 2025). (in Russian).
11. Shavlokhova F. V. Speech genre of consumer feedback in Internet communication: Peculiarities of linguistic embodiment. *Humanitarian Scientific Research*, 2019, no. 5. Available at: <https://human.snauka.ru/2019/05/25823> (accessed February 12, 2025) (in Russian).
12. Dementyev V. V. *Rechezhanrovye kommunikativnye tsennosti v novykh i novejsikh sfераkh russkoj rechi* [Speech genre communicative values in the new and newest spheres of Russian speech]. Saratov, Saratov State University Publ., 2016. 396 p. (in Russian).
13. Arutyunova N. D. *Tipy yazykovykh znachenij: Otsenka. Sobytie. Fakt* [Types of linguistic meanings: Assessment. Event. Fact]. Moscow, Nauka, 1988. 338 p. (in Russian).

14. Wolf E. M. *Funktional'naya semantika otsenki* [Functional semantics of assessment]. Moscow, Editorial URSS, 2002. 280 p. (in Russian).
15. Mikhaylyuk Yu. V., Khriptovich V. A., Manulik V. A. *Formirovanie kommunikativnoj kompetentnosti u studentov meditsinskogo vuza (teoreticheskie i prakticheskie aspekty): ucheb.-metod. posobie* [Formation of communicative competence in medical university students (theoretical and practical aspects): Study guide]. Minsk, Belarussian State Medical University Publ., 2015. 68 p. (in Russian).
16. Gorshunova N. K., Medvedev N. V. Formation of communicative competence of a modern doctor. *Advances in Current Natural Sciences*, 2010, no. 3, pp. 36–37 (in Russian).

Поступила в редакцию 09.03.2025; одобрена после рецензирования 25.04.2025;
принята к публикации 25.04.2025; опубликована 30.09.2025

The article was submitted 09.03.2025; approved after reviewing 25.04.2025;
accepted for publication 25.04.2025; published 30.09.2025

Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 290–299
Speech Genres, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 290–299
<https://zhanry-rechi.sgu.ru> <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-290-299>, EDN: PXVBE0

Научная статья
УДК [811.111(73)+811.161.1]’27’38’42

Речевой жанр «отказ» в американской и русской деловой коммуникации в аспекте эмотивной вежливости

Т. В. Ларина[✉], А. В. Литвинова

Российский университет дружбы народов им. Патрика Лумумбы, Россия, 117198, г. Москва,
ул. Миклухо-Маклая, д. 6

Ларина Татьяна Викторовна, доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных
языков филологического факультета, larina-tv@rudn.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6167-455X>

Литвинова Анжела Вячеславовна, ассистент кафедры иностранных языков экономического
факультета, litvinova-av@rydn.ru

Аннотация. Речевой акт «отказ» является нежелаемым речевым действием, которое может вызвать отрицательные эмоции у собеседника и в целях сохранения эффективной и бесконфликтной коммуникации требует смягчения. В качестве средств смягчения выступают сопровождающие отказ акты, или прагматические ходы, нацеленные на коммуникативную поддержку адресата и в совокупности образующие речевой жанр. Как и другие речевые акты и жанры, отказ имеет этнокультурные особенности, игнорирование которых может стать причиной социопрагматических неудач в межкультурной коммуникации. Цель исследования – определить основные модели и функционально-стилистические характеристики речевого жанра «отказ» в американской и русской деловой коммуникации и сравнить степень его ориентированности на эмоциональную поддержку адресата в сопоставляемых лингвокультурных контекстах. Материалом послужили 50 аутентичных писем-отказов на запрос о трудоустройстве (25 русских и 25 американских), полученных из различных компаний. Они исследовались количественно и качественно на основе теории речевых актов, теории речевых жанров и теории вежливости. Результаты показали, что американский отказ отличается большей позитивностью, эмотивностью, многословием, ориентированностью на форму и чувства адресата; русский отказ более краткий и информативный, для него в меньшей степени характерна эмотивность и эмоциональная чувствительность. Результаты свидетельствуют о перспективности сопоставительных исследований речевых жанров, в том числе в аспекте эмотивной вежливости.

Ключевые слова: речевой акт, речевой жанр, отказ, деловая коммуникации, эмотивная вежливость, американский вариант английского языка, русский язык

Благодарности: Публикация выполнена в рамках Проекта № 061011-0-000 Системы грантовой поддержки научных проектов РУДН.

Для цитирования: Ларина Т. В., Литвинова А. В. Речевой жанр «отказ» в американской и русской деловой коммуникации в аспекте эмотивной вежливости // Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 290–299. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-290-299>, EDN: PXVBE0

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

The speech genre of refusal in American and Russian business communication in terms of emotive politeness

Т. В. Larina[✉], А. В. Litvinova

RUDN University, 6 Miklukho-Maklay St., Moscow 117198, Russia

Tatiana V. Larina, larina-tv@rudn.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6167-455X>

Angela V. Litvinova, litvinova-av@rudn.ru

Abstract. The speech act of refusal is an undesirable speech act that can cause negative emotions in the interlocutor and requires mitigation tools in order to maintain effective and conflict-free communication. The mitigation tools are seen as acts or pragmatic moves that accompany refusal to communicatively support the addressee and, taken as a whole, form a speech genre. Like other speech acts and genres, refusal has ethnocultural specificities, which if ignored can lead to sociopragmatic failures in intercultural communication. The aim of the study is to identify the most common models, functional and stylistic characteristics of the speech genre of refusal in American and Russian business communication and to compare the extent of its orientation towards emotional support of the addressee in the compared lingua-cultural contexts. The material consisted of 50 authentic rejection letters to a job application (25 Russian and 25 American) from different companies. They were analysed quantitatively and qualitatively on the basis of speech act theory, speech genre theory and politeness theory. The results showed that the American refusal is characterised by greater positivity, emotionality, verbosity, focus on the form and feelings of the addressee; the Russian refusal is shorter and more informative, it is less characterised by emotionality and emotional sensitivity. The results illustrate the prospect of comparative studies of speech genres with the focus on emotive politeness.

Keywords: speech act, speech genre, refusal, business communication, emotive politeness, American English, Russian language

Acknowledgments: This paper has been supported by the RUDN University Strategic Academic Leadership Program.

For citation: Larina T. V., Litvinova A. V. The speech genre of refusal in American and Russian business communication in terms of emotive politeness. *Speech Genres*, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 290–299 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-290-299>, EDN: PXVBE0

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Введение

Важной проблемой, объединяющей дискурс-анализ и теорию речевых жанров, является структурирование и параметризация речевого общения, «поиск базовых моделей данного структурирования, организующих как порождение речи, так и ее интерпретацию» [1]. В типичных коммуникативных ситуациях, согласно М. М. Бахтину, речь отливается в готовые формы речевых жанров, которые «даны нам почти так же, как родной язык» [2: 181]. Речевые жанры, в его понимании, это «относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказываний» [3: 255]. Поскольку речевые жанры являются единицами дискурса, их композиционные и стилистические особенности формируются под влиянием контекста. В этой связи сопоставительные исследования речевых жанров в различных социокультурных контекстах представляют особый интерес, так как они способны проследить системообразующие связи между социокультурными параметрами контекста и дискурсивными практиками, выявить механизмы их взаимодействия, определить этнокультурные особенности речевых жанров в разных коммуникативных культурах.

В данном исследовании выделяются наиболее типичные модели отказа в американском и русском контексте. Отказ рассматривается как речевой жанр, состоящий из самого речевого акта «отказ» и сопровождающих его поддерживающих прагматических ходов.

Отказ относится к нежелаемым речевым актам, которые могут нанести урон социальному имиджу собеседника, вызвать отрицательные эмоции у адресата и оказать деструктивное влияние на дальнейшие отношения. Именно поэтому для сохранения эффективной и бесконфликтной коммуникации при выражении отказа требуются особые усилия, нацеленные на смягчение его иллютивной силы и оказание коммуникативной поддержки адресату, которая осуществляется через сопутствующие акты (благодарность, сожаление, позитивную оценку, комплимент и др.), которые в совокупности образуют речевой жанр.

Как и другие речевые акты и жанры [4], отказ имеет этнокультурные особенности [5–8 и др.], игнорирование которых может стать причиной социопрагматических неудач в различных сферах межкультурной коммуникации – межличностной, академической, деловой и др.

В данной статье мы рассматриваем речевой жанр «отказ» в деловой коммуникации в американском и русском контекстах на материале аутентичных писем-отказов на запрос о трудоустройстве, написанных сотрудниками различных компаний. Цель исследования – определить основные модели и функционально-стилистические характеристики речевого жанра «отказ» в американской и русской деловой коммуникации и сравнить степень его ориентированности на эмоциональную поддержку адресата в сопоставляемых лингвокультурных контекстах. В центре внимания – способы

выражения отказа (прямой vs косвенный), сопутствующие акты, или поддерживающие прагматические ходы (их количество и комбинация), модели отказа, их ориентированность на эмоции адресата.

Речевой акт, речевой жанр и стратегии вежливости

Проблема разграничения речевого акта (РА) и речевого жанра (РЖ) обсуждается на протяжении нескольких десятилетий и продолжает оставаться актуальной. Некоторые ученые [9–12 и др.] считают теорию речевых жанров М. М. Бахтина [2] аналогом западной теории речевых актов [13], поскольку и та, и другая рассматривают речевые действия, совершаемые собеседниками в процессе речи. Проводя параллель между речевыми жанрами и речевыми актами, М. Ю. Федосюк отмечает, что коммуникативные намерения говорящего, которые М. М. Бахтин называл его речевым замыслом, в теории речевых актов именуются иллоктивной силой высказывания [11]. Но далее исследователь решает все же разграничить данные теории и признает, что «существенное достоинство теории речевых актов состоит в детальной разработанности ее терминологии, чем, к сожалению, не может похвастаться теория речевых жанров» [11: 105]. В данной работе мы не ставим целью углубляться в теоретические рассуждения, касающиеся данных подходов, а используем их в практических целях для описания и систематизации действий говорящего, совершаемых при выражении отказа.

Проблема классификации РЖ также остается на данный момент не решенной. Исследователями предпринимаются попытки не ограничиваться описанием конкретных жанров, а перейти к выявлению системных отношений между ними. Тем не менее, считается, что до сих пор не существует единой общепринятой типологии РЖ, хотя попытки их систематизации предпринимаются [11, 14–17 и др.].

М. М. Бахтин различал первичные (простые) и вторичные (сложные) РЖ, обращая особое внимание на то, что это не функциональное различие. К первичным РЖ он относил высказывания, а к вторичным – более сложные образования: научные исследования, романы, публицистические жанры и др. Он отмечал, что вторичные РЖ «возникают в условиях более сложного и относительно высокоразвитого и организованного культурного общения (преимущественно письменного): художественного, научного, общественно-политического и т. п. В процессе своего формирования они вбирают в себя и перерабатывают различные первичные (простые)

жанры, сложившиеся в условиях непосредственного речевого общения» [2].

Вместо терминов *простые* (первичные) и *сложные* (вторичные) РЖ, используются также термины *элементарные* и *комплексные* РЖ [11]. Под элементарными понимаются такие тексты, которые не могут быть поделены на другие РЖ (благодарность, просьба или приветствие); под комплексными – типы текстов, состоящих из компонентов, которые отличаются относительной завершенностью и представляют собой текст определенного жанра, они могут быть как монологическими (утешение, убеждение, уговор), так и диалогическими (беседа, дискуссия, спор, скора) [11].

Однако, как показал ряд исследований [18–19 и др.], выражение многих коммуникативных намерений говорящего, например, приглашения, прощения, просьбы и др., не ограничивается одним актом, а представляет собой комплексную структуру, состоящую из нескольких речевых действий. В нее входят основной, или базовый, иллоктивный акт (*head act*) и сопровождающие его прагматические ходы, нацеленные на оказание коммуникативной, в том числе и эмоциональной, поддержки адресату, которые в литературе по прагматике называются *поддерживающими* прагматическими ходами (*supportive moves*) [18, 20, 21 и др.].

Следовательно, если рассматривать, как говорящий выражает то или иное коммуникативное намерение на уровне не отдельного высказывания, а дискурса, то в орбиту исследования попадают как основной РА, так и поддерживающие его акты, которые в совокупности образуют речевой жанр. Данный подход согласуется с мнением исследователей о том, что речевой жанр – «это более развернутое и сложное речевое построение, состоящее из нескольких речевых актов» [10: 58–59], в связи с чем РЖ «отказ» рассматривается как «крупный коммуникативный феномен, в котором можно выявить более конкретные речевые явления» [22: 261].

Таким образом, отказ, который является объектом данного исследования, можно рассматривать и как РА, если ограничиваться базовой речевой формулой его выражения, и как РЖ, если рассматривать его в совокупности с теми речевыми действиями, которые его сопровождают в дискурсе. Поскольку в последнем случае, несмотря на многокомпонентность структуры, отказ выступает как единое коммуникативное целое, обладающее завершенностью, считаем отказ первичным, но в то же время комплексным (многокомпонентным) РЖ (в отличие от беседы, спора и др.).

Поскольку РА «отказ» является в терминологии зарубежных исследователей угрожаю-

щим лицу речевым актом (Face Threatening Act), или лицеугрожающим¹ актом [19], его следует рассматривать в контексте теории вежливости, которая позволяет проследить, какие стратегии используются для смягчения угрозы данного действия как лицу адресата, так и адресанта. Более того, поскольку отказ, являясь нежелаемым действием, вызывает, как правило, отрицательные эмоции у адресата, его целесообразно рассматривать в рамках эмотивной вежливости, которая определяется как «эмоциональная/эмотивная чувствительность, ориентированность на чувства других, этичность в проявлении собственных чувств и эмоций, оказание коммуникативной поддержки собеседнику» [19, 23: 41]. Речь идет об эмоциональной/эмотивной поддержке адресата с целью вызвать у него позитивные эмоции и/или смягчить негативное воздействие лицеугрожающего акта. Эмотивная вежливость пересекается с «позитивными формами общения» [24] и «позитивной коммуникацией» [25–26 и др.] и согласуется с идеей Дж. Лича о необходимости ставить эмоции собеседника выше собственных [27: 91, 28: 18].

В нашем случае поддерживающие прагматические ходы (благодарность, извинение, сожаление, позитивная оценка и др.), которые сопровождают базовый РЖ, являются инструментами смягчения отказа; их можно назвать стратегиями эмотивной вежливости, нацеленными на эмотивную поддержку адресата и снижение его эмоционального дискомфорта. Применительно к данному РЖ их можно сформулировать, например, в следующем виде: чтобы Ваш отказ не оказал сильного отрицательного воздействия на эмоциональное состояние адресата, используйте следующие стратегии эмотивной вежливости: избегайте прямого выражения отказа, благодарите адресата, выражайте сожаление, объясняйте причину отказа, позитивно оценивайте качества адресата и т. д.

В данном исследовании мы стремились сопоставить степень ориентированности отказа на эмоциональную поддержку адресата в американской и русской деловой коммуникации через выявление его основных структурных моделей и их функционально-стилистических характеристик.

Материал и методология исследования

Материалом нашего исследования явился корпус деловых писем, состоящий из 50 аутентичных писем-отказов (25 русских и 25 амери-

канских), полученных из различных компаний на запрос о трудоустройстве.

При анализе материала в фокусе нашего внимания были следующие параметры:

- 1) способ выражения отказа – прямой vs косвенный;
- 2) семантика поддерживающих прагматических ходов и их частотность;
- 3) модели отказа – количество совершаемых поддерживающих ходов и их наиболее частотные комбинации;
- 4) стилистические характеристики РЖ «отказ» в сопоставляемых лингвокультурных контекстах.

Способ выражения отказа: прямой vs косвенный

К категории *прямой отказ* мы относили однозначные отказы, выраженные с использованием глаголов с семантикой отказа (*reject, decline – отказать, отклонить*) и/или содержащие отрицательные частицы *not, no – не, нет* (*cannot, are not able – не можем, нет возможности...*). Отказ, который не содержал данных языковых средств, а выражался уклончиво, например, при помощи переноса внимания на третьих лиц, неуверенности в возможности удовлетворить заявку, мы относили к *косвенным*.

Анализ показал, что в обоих корпусах преобладал прямой отказ. Тем не менее количество прямых отказов в американском материале уступает русским (см. рис. 1). При этом американские письма не содержали глаголов с семантикой отказа, а фраза с отрицанием в обязательном порядке сопровождалась благодарностью или объяснением причины:

- (1) *We appreciate your interest in the position of product manager. This letter is to let you know that you **were not** selected for the position.*

[Мы ценим ваш интерес к должности менеджера по продукции. Это письмо сообщает вам, что вы не были выбраны на эту должность]².

При этом 32% отказов были выражены косвенно через перенос акцента на третьих лиц:

- (2) *We have chosen to proceed with **another candidate**.*

[Мы выбрали другого кандидата].

В русском материале, хотя и незначительно, глаголы с семантикой отказа встречались (12%):

- (3) *К сожалению, конкурсная комиссия приняла решение **отказать** Вам в допуске*

¹Мы целенаправленно используем термин лицеугрожающий, а не ликоугрожающий, поскольку речь идет о лице как о социальном имидже, которое можно сохранить или потерять, а не о лице, имеющем иное значение [19].

²Здесь и далее дается буквальный перевод с целью более точно передать тональность письма.

к заключительному этапу отбора на данную вакансию.

Отрицательная частица *не* встретилась в 76% отказов:

(4) *Мы не готовы пригласить вас на дальнейшее интервью.*

И только 12% отказов были косвенными:

(5) *К сожалению, мы все-таки решили остановиться на другом кандидате.*

Таким образом, тенденция к прямому отказу преобладала в русском материале.

Поддерживающие прагматические ходы

В ходе анализа нами были выделены следующие прагматические ходы, которые сопровождали отказ в обоих корпусах: благодарность, обоснование причины отказа, сожаление, благопожелание, позитивная оценка, подбадривание и некоторые другие. Однако анализ их частотности и конвенциональности выявил ряд существенных различий, как количественных, так и качественных (таблица).

Поддерживающие ходы, сопровождающие отказ в американском и русском корпусах

Supportive Moves Accompanying Refusals in American and Russian Corpora

Прагматические / поддерживающие ходы, сопровождающие отказ	Корпус, %	
	Американский	Русский
Сожаление	60	80
Благодарность	100	68
Обоснование причины отказа	72	48
Подбадривание	48	32
Благопожелание	68	24
Позитивная оценка:	80	20
Эмоциональная реакция	29	20
Оценочные суждения	51	0

В американском корпусе наиболее конвенциональным сопровождающим отказ ходом оказалась благодарность, которая встретилась во всех письмах без исключения (100%). Более того, было замечено, что благодарность может присутствовать в письме-отказе дважды или трижды – как в начале, так и в конце. В 54% американских писем благодарность встречалась два и более раз, тем самым усиливая положительную эмоциональную тональность письма:

(6) *Thank you for the application to the [company name]. We appreciate the effort you made during the process*

[Благодарим вас за обращение [название компании]. Мы ценим усилия, которые вы приложили в процессе...]

За благодарностью по степени частотности следует позитивная оценка (80%), которая встречалась более двух раз в 44% писем. Это была как оценка через эмоциональную реакцию говорящего (29%) (пример 7), так и оценочные суждения о качествах и умениях адресата (51%) (пример 8), т. е. то, что в таксономии оценочной теории Дж. Мартина и П. Уайта [29] называется терминами *affect* и *judgement* соответственно.

(7) *We were impressed with your skill set.*

[Мы были впечатлены вашим набором навыков].

(8) *After the interview, we both felt that you were a strong, appointable candidate.*

[После собеседования мы оба решили, что вы сильный и подходящий кандидат].

Третьим по частотности ходом явилось обоснование причины отказа (72%):

(9) *We had two other candidates who were equally strong, with slightly better communication skills and unfortunately, we did not have a third vacancy to offer.*

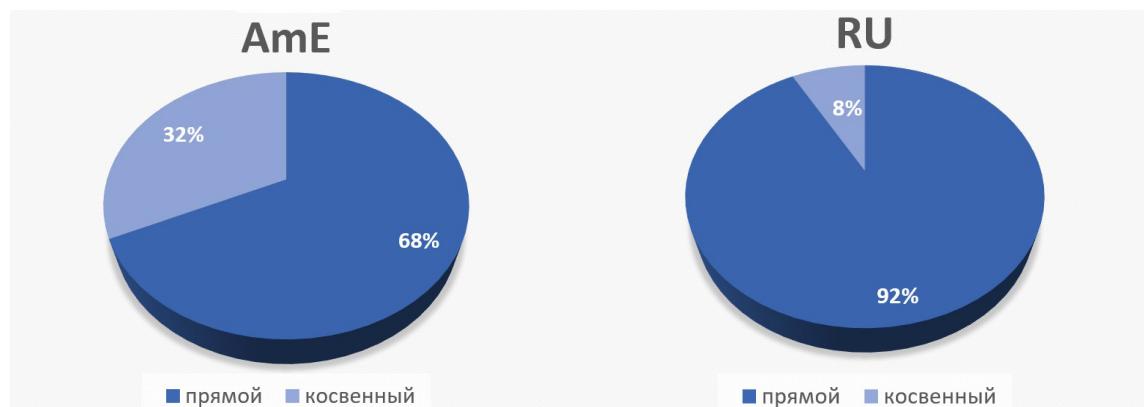


Рис. 1. Способы выражения отказа в американском и русском корпусе

Fig. 1. Ways of Expressing Refusals in American and Russian Corpora

[У нас было еще два таких же сильных кандидата с чуть лучшими коммуникативными навыками, и, к сожалению, у нас не было третьей вакансии, которую мы могли бы предложить].

Среди других прагматических ходов, которые превысили 50% употреблений, оказались благодарность (68%) и сожаление (60%). Благопожелание зачастую употреблялось вместе с благодарностью:

(10) *We appreciate your interest in SKIMS and wish you success in your job search.*

Сожаление выражалось через перформативный глагол *regret* (сожалеть) и словосочетание *to be sorry*, представляя собой самостоятельное высказывание:

(11) *We regret to inform you that we will not be pursuing your candidacy.*

[С сожалением сообщаем вам, что мы не будем рассматривать вашу кандидатуру].

(12) *I am sorry for the disappointing news.*

[Сожалею о неприятной новости].

Также сожаление выражалось через наречие *unfortunately*:

(13) *Unfortunately, you are not the right fit for the position at this time.*

[К сожалению, в данный момент вы не подходите на эту должность].

Подбадривание адресата осуществлялось через перформативный глагол *encourage* «подбодрить, вдохновить» (14), а также через выражение уверенности в последующем успехе адресата (15):

(14) *We encourage you to reapply should another position become available which you are interested in.*

[Мы настоятельно рекомендуем вам подать повторное заявление, если появится другая вакансия, которая вас заинтересует].

(15) *Based on your application and interview, we have no doubt that you will have success in your future applications.*

[Основываясь на вашем заявлении и собеседовании, мы не сомневаемся, что в дальнейшем вы добьетесь успеха].

Встречались также и косвенные случаи подбадривания, как, например, в ранее приведенном примере (9), где отмечалось, что кандидат, которому отдали предпочтение, по качествам и умениям лишь незначительно опережал адресата.

Все эти высказывания, включая благодарность, мы рассматриваем в данном исследовании как поддерживающие ходы («supportive moves») [18, 20, 21 и др.] и маркеры/знаки/проявления эмотивной вежливости [19, 23, 30–31].

В русском корпусе ни один из сопровождающих ходов не составил 100%. Среди

наиболее частотных были выделены сожаление (80%), благодарность (68%) и обоснование причины отказа (48%). Частотность других поддерживающих ходов оказалась ниже 50%: подбадривание (32%), благопожелание (24%), позитивная оценка (20%), что значительно уступает востребованности данных актов в американском контексте.

Следует также отметить, что сожаление во всех русских письмах, в отличие от американских, было выражено через словосочетание к сожалению, которое является маркером эмотивной вежливости, но не речевым актом сожаления как таковым:

(16) *К сожалению, в настоящий момент мы не готовы пригласить Вас на дальнейшее интервью по этой вакансии.*

Благодарность, хотя и относится в русском контексте к наиболее частотным прагматическим ходам, употреблялась значительно реже (68%) и, в отличие от американских писем, как правило, не дублировалась:

(17) *Спасибо Вам большое за участие в конкурсе на вакансию.*

Как уже было отмечено, РА, нацеленные на оказание коммуникативной поддержки адресату, оказались ниже 50%.

Модели отказа

На основе результатов проведенного анализа нами были выделены наиболее частотные модели отказа в сопоставляемых корпусах. Количественный анализ показал, что отказ, состоящий только из одного хода, т. е. исключительно самого отказа, не встречался ни в американском, ни в русском материале, он всегда сопровождался другими актами/ходами. В американском материале не было также двух- и трехкомпонентных моделей, отказ состоял из 4, 5, 6, 7 и даже 8 прагматических ходов. Наиболее частотными оказались модели из 6 (пример 18) и 7 (пример 19) компонентов:

- благодарность + позитивная оценка + позитивная оценка + косвенный отказ + благодарность + благопожелание:

(18) *I want to extend my gratitude for the time that you invested in our interview process. Our team enjoyed the opportunity to get to know you better. We were impressed with many of your qualifications; however, after further discussion and consideration, we have decided that your areas of expertise are not aligned with our current need. Thank you again for the time that you spent with our team. We wish you the best of luck in your job search.*

[Хочу выразить Вам благодарность за время, которое вы уделили нашему процессу

собеседования. Наша команда получила удовольствие от возможности узнать Вас получше. Мы были впечатлены многими Вашими профессиональными качествами, однако после дальнейшего обсуждения и рассмотрения мы решили, что Ваши знания и опыт не соответствуют нашим текущим потребностям. Еще раз благодарим Вас за время, проведенное с нашей командой. Желаем Вам удачи в поиске работы];

- благодарность + благодарность + позитивная оценка + косвенный отказ + объяснение + благодарность + благопожелание:

(19) *Thank you so much for your interest in the Sales Manager position with [company name]. We appreciate you taking the time to visit our offices and interview with our team. While we were impressed with your skill set, we have chosen to proceed with another candidate who has more leadership experience. Again, we appreciate your time, and we wish you the best of luck in your career endeavors.*

[Большое спасибо за интерес к вакансии менеджера по продажам в [название компании]. Мы ценим то, что Вы нашли время посетить наш офис и провести собеседование с нашей командой. Несмотря на то, что мы были впечатлены набором Ваших умений, мы предпочли выбрать другого кандидата, имеющего больший опыт руководящей работы. Еще раз благодарим Вас за уделенное время и желаем удачи в карьере].

Остальные модели были менее частотными: при помощи четырех- и пятикомпонентных моделей отказ был выражен в 12% писем, при помощи 8 компонентов – в 20%.

В русском корпусе ситуация несколько иная. Отказы русских не столь многословны. Наиболее частотной (40%) оказалась модель, состоящая из четырех компонентов, которая включала:

- благодарность + сожаление + отказ + объяснение причины.

(20) *Большое спасибо за интерес, проявленный к открытой вакансии «store management trainee». К сожалению, в настоящий момент мы не готовы пригласить Вас на дальнейшее интервью по этой вакансии, так как основными требованиями являются оконченное высшее образование.*

4% русских ограничились всего двумя ходами – самим отказом и благодарностью, чего не встречалось в американском корпусе:

(21) *Спасибо за интерес, проявленный к вакансии, но мы уже не рассматриваем новых кандидатов.*

20% русских отказов состояли из трехкомпонентной модели, которая также не встречалась у американцев. Чаще всего это были

- благодарность + сожаление+ прямой отказ.

(22) *Благодарим Вас за интерес к вакансии, но, к сожалению, начальство отклонило Вашу кандидатуру на данную должность.*

Отказ из пяти компонентов встретился всего в 20% случаев, из шести – в 12% и из семи – в 4%. Отказ, состоящий из восьми компонентов, в русском корпусе замечен не был. Напомним, что в американском корпусе модели из шести и семи компонентов были самыми многочисленными (рис. 2).

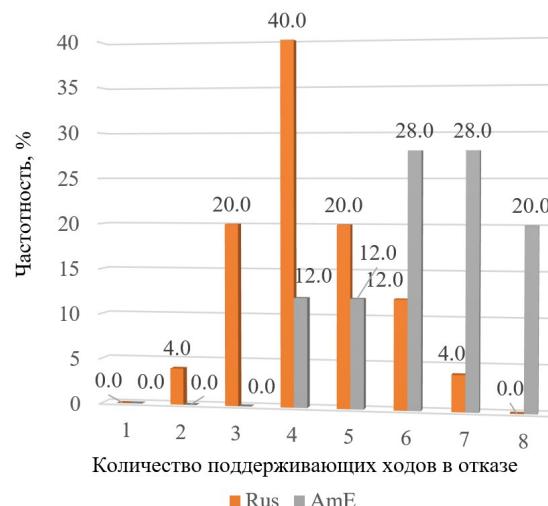


Рис. 2. Количество компонентов в русском и американском отказе

Fig. 2. Quantity of components in Russian and American refusal

Дискуссия

Сопоставительный анализ РЖ «отказ» в американской и русской деловой коммуникации выявил как сходства, так и различия, которые касаются количественных и качественных характеристик. Он показал, что тенденция к косвенности значительно преобладает у американцев. При этом и в американском, и в русском корпусе отказ не ограничивается базовым речевым актом, а сопровождается дополнительными актами/ходами, которые выступают в функции смягчения. Хотя их семантика совпадает, в функциональном плане выявлены существенные различия.

В американских письмах прагматические ходы, нацеленные на смягчение отказа, встречаются более часто и регулярно, чем в русских, что свидетельствует о их большей востребованности. Отказ сопровождается значительным количеством поддерживающих ходов и является длиннее. Более того, если

в русских письмах на первом месте – сожаление, благодарность, обоснование отказа, то в американских к ним прибавляются благопожелание, позитивная оценка и подбадривание, что свидетельствует о различиях в целевой установке авторов письма и сказывается на его стилистических особенностях. Результаты свидетельствуют о том, что американцы в большей степени ориентированы на форму отказа и сохранение лица как своего, так и собеседника; русские больше нацелены на информативность и сохранение своего лица. Данная особенность была выявлена ранее при сопоставлении американского и русского отказа на приглашение в повседневной межличностной коммуникации [7], что позволяет говорить о ее регулярном характере.

Более того, в нашем американском материале мы обратили внимание на позитивное обрамление базового РА «отказ», что было замечено при сопоставлении жанра английской и русской рецензии на научную статью [30, 31]. Отказу, как правило, предшествует благодарность, сопровождаемая позитивной оценкой, а за отказом следует повторная благодарность часто в сочетании с благопожеланием и подбадриванием, что не столь характерно для русского отказа. Данный факт, как и то, что в американских письмах в целом значительно чаще, чем в русских, используются позитивная оценка, благопожелание, подбадривание, свидетельствует о большей ориентированности американцев на чувства адресата, на сохранение его позитивного лица и в итоге – на эмотивную вежливость [23, 31] и позитивную коммуникацию [25, 26]. Таким образом, они более регулярно используют общую стратегию вежливости Дж. Лича, предписывающую ставить интересы и чувства адресата выше собственных [27, 28].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Dementyev V. V. Speech Genres and Discourse: Genres Study in Discourse Analysis Paradigm // Russian Journal of Linguistics. 2016. Vol. 20, № 4. P. 103–121. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-15151>
2. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Бахтин М. М. Собр. соч. М. : Русские словари, 1996. Т. 5: Работы 1940–1960 гг. С. 159–206.
3. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М. : Наука, 1986. 316 с.
4. Wierzbicka A. Cross-cultural Pragmatics: The Semantics of Human Interaction. 2nd ed. Berlin : Mouton de Gruyter, 2003. 502 p.
5. Deveci T., Midraj J. “Can we take a picture with you?” The realization of the refusal speech act with tourists by Emirati speakers // Russian Journal of Linguistics. 2021.
6. Kordestanchi B., Sarkhosh M., Moafian F. The gentle craft of saying “No” in Persian and English : A cross-cultural and cross-linguistic slant // Russian Journal of Linguistics. 2023. Vol. 27, № 3. P. 592–614. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-31702>
7. Litvinova A., Larina T. Mitigation tools and politeness strategies in invitation refusals: American and Russian communicative cultures // Training, Language and Culture. 2023. Vol. 7, № 1. P. 116–130. <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2023-7-1-116-130>
8. Malyuga E. N., McCarthy M. “No” and “net” as response tokens in English and Russian business discourse: In search of a functional equivalence // Russian Journal of Linguistics. 2021. Vol. 25, № 2. P. 391–416. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-2-391-416>

Заключение

Как показали результаты, и в американском, и в русском корпусе отказ не ограничивается базовым РА, а сопровождается дополнительными прагматическими ходами. Данный факт позволяет рассматривать отказ не только как РА, но и как РЖ, представляющий собой более значительный фрагмент дискурса и включающий как базовый, так и сопутствующие акты, которые выполняют функцию смягчения и являются поддерживающими ходами.

При сходстве семантики их функционирование существенно различается, что сказывается на тональности письма-отказа и его функционально-стилистических характеристиках. Американское письмо в большей степени отличается позитивностью, демонстративной приветливостью, эмотивностью, многословием, ориентированностью на форму и на чувства адресата. Русское письмо более краткое, информативное, для него в меньшей степени характерна эмотивность и эмоциональная чувствительность. Таким образом, несмотря на то что в силу ориентации на западную корпоративную культуру наблюдается некоторая унификация деловой коммуникации, русское деловое письмо по-прежнему сохраняет основные черты русского стиля коммуникации.

Результаты подтверждают системный характер дискурсивных различий, которые можно описать через этнокультурные стили, и их обусловленность социокультурным контекстом. Они также свидетельствуют о перспективности исследований в области эмотивной вежливости в различных дискурсах и жанрах речи и о преимуществах междисциплинарного подхода, включающего, помимо лингвистических, психолингвистические, социокультурные, аксиологические и иные аспекты коммуникации.

Vol. 25, № 1. P. 68–88. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-1-68-88>

6. Kordestanchi B., Sarkhosh M., Moafian F. The gentle craft of saying “No” in Persian and English : A cross-cultural and cross-linguistic slant // Russian Journal of Linguistics. 2023. Vol. 27, № 3. P. 592–614. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-31702>

7. Litvinova A., Larina T. Mitigation tools and politeness strategies in invitation refusals: American and Russian communicative cultures // Training, Language and Culture. 2023. Vol. 7, № 1. P. 116–130. <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2023-7-1-116-130>

8. Malyuga E. N., McCarthy M. “No” and “net” as response tokens in English and Russian business discourse: In search of a functional equivalence // Russian Journal of Linguistics. 2021. Vol. 25, № 2. P. 391–416. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-2-391-416>

9. Вежбицкая А. Речевые жанры // Жанры речи : сб. науч. ст. Вып. 1. Саратов : ГосУНЦ «Колледж», 1997. С. 99–111.
10. Кожина М. Н. Речевой жанр и речевой акт (некоторые аспекты проблемы) // Жанры речи : сб. науч. ст. Вып. 2. Саратов : ГосУНЦ «Колледж», 1999. С. 52–61.
11. Федосюк М. Ю. Нерешенные вопросы теории речевых жанров // Вопросы языкоznания. 1997. № 5. С. 102–120.
12. Шмелёва Т. В. Модель речевого жанра // Жанры речи : сб. науч. ст. Вып. 1. Саратов : ГосУНЦ «Колледж», 1997. С. 88–98.
13. Остин Дж. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. М. : Прогресс, 1986. С. 22–130.
14. Дементьев В. В. Теория речевых жанров. 2010. М. : Знак, 596 с.
15. Дементьев В. В. Статья по жанрам речи в журнале «Жанры речи» как ... жанр речи? // Жанры речи. 2021. № 1 (29). С. 12–33. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2021-1-29-12-33>
16. Дементьев В. В. Нужно ли в жанроведении понятие жанросферы? // Жанры речи. 2025. Т. 20, № 1 (45). С. 24–33. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-1-45-24-33>, EDN: HVEQDR
17. Стексова Т. И. Речевые жанры негативной реакции // Жанры речи. 2023. Т. 18, вып. 3 (39). С. 219–228. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2023-18-3-39-219-228>, EDN: JETSCK
18. Blum-Kulka S., House J., Kasper G. Cross-cultural and situational variation in requesting behaviour // Cross-Cultural Pragmatics: Requests and Apologies / Blum-Kulka S., House J., Kasper G., eds. Norwood, NJ : Ablex PC, 1989. Р. 1–37.
19. Ларина Т. В. Эмотивная вежливость в лице угрожающих речевых актах: кросс-культурный аспект // Слово.ру: Балтийский акцент. 2025. Т. 16, № 2. С. 118–135. <https://doi.org/10.5922/2225-5346-2025-2-7>
20. House J., Kádár D. Cross-Cultural Pragmatics. Cambridge, CUP, 2021. 268 р.
21. Ogiermann E. Politeness and in-directness across cultures: A comparison of English, German, Polish and Russian requests // Journal of Politeness Research. 2009. Vol. 5, № 29. Р. 189–216.
22. Данилов С. Ю. Принципиальный отказ в ключе откровенности // Жанры речи. 2018. № 4 (20). С. 261–269. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2018-4-20-261-269>
23. Ларина Т. В. Эмотивная экологичность и эмотивная вежливость в жанре английской и русской анонимной рецензии // Вопросы психолингвистики. 2019. Vol. 1, № 39. С. 38–57. <https://doi.org/10.30982/2077-5911-2019-39-1-38-57>
24. Ионова С. В. Эмоциональные эффекты позитивной формы общения // Russian Journal of Linguistics. 2015. № 1. С. 20–30.
25. Леонтович О. А. Позитивная коммуникация: постановка проблемы // Russian Journal of Linguistics. 2015. № 1. С. 164–177
26. Леонтович О. А., Гуляева М. А., Лунёва О. В., Соколова М. С. Позитивная коммуникация. М. : Гнозис, 2020. 296 с.
27. Leech G. The Pragmatics of Politeness. Oxford, OUP, 2014. 368 р.
28. Leech G., Larina T. Politeness: West and East // Russian Journal of Linguistics. 2014. № 4. Р. 9–34.
29. Martin J. R., White P. R. R. The Language of Evaluation: Appraisal in English. Palgrave, 2005. 278 p.
30. Larina T., Ponton D. M. Tact or frankness in English and Russian blind peer reviews // Intercultural Pragmatics. 2020. Vol. 17, № 4. Р. 471–496. <https://doi.org/10.1515/ipp-2020-4004>
31. Larina T., Ponton D. M. I wanted to honour your journal, and you spat in my face: Emotive (im)politeness and face in the English and Russian blind peer review // Journal of Politeness Research. 2022. Vol. 18, № 1. Р. 201–226. <https://doi.org/10.1515/pr-2019-0035>

REFERENCES

1. Dementyev V. V. Speech genres and discourse: Genres study in discourse analysis paradigm. *Russian Journal of Linguistics*, 2016, vol. 20, no. 4, pp. 103–121. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-15151>
2. Bakhtin M. M. The problem of speech genres In: Bakhtin M. M. *Collected Works*. Moscow, Russkiye slovari, 1996, vol. 5: Works 1940–1960, pp. 159–206 (in Russian).
3. Bakhtin M. M. *Estetika slovesnogo tvorchestva* [Aesthetics of verbal creativity]. Moscow, Nauka, 1986. 316 p. (in Russian).
4. Wierzbicka A. *Cross-cultural Pragmatics: The Semantics of Human Interaction*. 2nd ed. Berlin, Mouton de Gruyter, 2003. 502 p.
5. Deveci T., Midraj J. “Can we take a picture with you?” The realization of the refusal speech act with tourists by Emirati speakers. *Russian Journal of Linguistics*, 2021, vol. 25, no. 1, pp. 68–88. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-1-68-88>
6. Kordestanchi B., Sarkhosh M., Moafian F. The gentle craft of saying “No” in Persian and English: A cross-cultural and cross-linguistic slant. *Russian Journal of Linguistics*, 2023, vol. 27, no. 3, pp. 592–614. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-31702>
7. Litvinova A., Larina T. Mitigation tools and politeness strategies in invitation refusals: American and Russian communicative cultures. *Training, Language and Culture*, 2023, vol. 7, no. 1, pp. 116–130. <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2023-7-1-116-130>
8. Malyuga E. N., McCarthy M. “No” and “net” as response tokens in English and Russian business discourse: In search of a functional equivalence. *Russian Journal of Linguistics*, 2021, vol. 25, no. 2, pp. 391–416. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-2-391-416>
9. Wierzbicka A. Speech genres. *Zhanry rechi: sb. nauch. st.* [Speech Genres: Coll. of sci. arts]. Saratov, GosUNTs “Kolledzh”, 1997, iss. 1, pp. 99–111. (in Russian).
10. Kozhina M. N. Speech genre and speech act (some aspects of the problem). *Zhanry rechi: sb. nauch. st.* [Speech Genres: Coll. of sci. arts]. Saratov, GosUNTs “Kolledzh”, 1999, iss. 2, pp. 52–61 (in Russian).
11. Fedosyuk M. Y. Unresolved issues of the theory of speech genres. *Voprosy Jazykoznanija*, 1997, no. 5, pp. 102–120 (in Russian).
12. Shmeleva T. V. Model of speech genre. *Zhanry rechi: sb. nauch. st.* [Speech Genres: Coll. of sci. arts]. Saratov, GosUNTs “Kolledzh”, 1997, iss. 1, pp. 88–98 (in Russian).

13. Austin J. Word as action. In: *Novoye v zarubezhnoy lingvistike* [The New in foreign linguistics], iss. XVII. Moscow, Progress, 1986, pp. 22–130 (in Russian).
14. Dementyev V. V. *Teoriya rechevykh zhанров* [Theory of speech genres]. Moscow, Znak, 2010. 596 p. (in Russian).
15. Dementyev V. V. An article on speech genres in the “Speech genres” journal as ... a speech genre? *Speech Genres*, 2021, no. 1 (29), pp. 12–33. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2021-1-29-12-33> (in Russian).
16. Dementyev V. V. Do genre studies need the concept of genre sphere? *Speech Genres*, 2025, vol. 20, no. 1 (45), pp. 24–33. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-1-45-24-33>, EDN: HVEQDR
17. Steksova T. I. Speech genres of negative reaction. *Speech Genres*, 2023, vol. 18, no. 3 (39), pp. 219–228 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2023-18-3-39-219-228>, EDN: JETSCK
18. Blum-Kulka S., House J., Kasper G. Cross-cultural and situational variation in requesting behaviour. In: Blum-Kulka S., House J., Kasper G., eds. *Cross-Cultural Pragmatics: Requests and Apologies*, Norwood, NJ, Ablex PC, 1989, pp. 1–37.
19. Larina, T. V. Emotive politeness in face-threatening speech acts: Cross-cultural perspectives, *Slovo.ru: Baltic accent*, vol. 16, no. 2, pp. 118–135. <https://doi.org/10.5922/2225-5346-2025-2-7> (in Russian).
20. House J., Kádár D+. *Cross-Cultural Pragmatics*. Cambridge, CUP, 2021. 268 p.
21. Ogiermann E. Politeness and in-directness across cultures: A comparison of English, German, Polish and Russian requests. *Journal of Politeness Research*, 2009, vol. 5, no. 2, pp. 189–216.
22. Danilov S. Y. Aspects of frankness of the refusal based on personal principles (categorical refusal). *Speech Genres*, 2018, no. 4 (20), pp. 261–269. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2018-4-20-261-269>
23. Larina T. V. Emotive ecology and emotive politeness in English and Russian blind peer-review. *Journal of Psycholinguistics*, 2019, vol. 1, no. 39, pp. 38–57. <https://doi.org/10.30982/2077-5911-2019-39-1-38-57> (in Russ.).
24. Ionova S. V. Emotional effects of positive forms of communication. *Russian Journal of Linguistics*, 2015, no. 1, pp. 20–30 (in Russian).
25. Leontovich O. A. Positive communication: A theoretical perspective *Russian Journal of Linguistics*, 2015, no. 1, pp. 164–177 (in Russian).
26. Leontovich O. A., Gulyaeva M. A., Luneva O. V., Sokolov M. S. *Positivnaya kommunikatsiya* [Positive communication]. Moscow, Gnosis, 2020. 296 p. (in Russian).
27. Leech G. *The Pragmatics of Politeness*. Oxford, OUP, 2014. 368 p.
28. Leech G., Larina T. Politeness: West and East. *Russian Journal of Linguistics*, 2014, no. 4, pp. 9–34.
29. Martin J. R., White P. R. R. *The Language of Evaluation: Appraisal in English*. Palgrave, 2005. 278 p.
30. Larina T., Ponton D. M. Tact or frankness in English and Russian blind peer reviews. *Intercultural Pragmatics*, 2020, vol. 17, no. 4, pp. 471–496. <https://doi.org/10.1515/ip-2020-4004>
31. Larina T., Ponton D. M. I wanted to honour your journal, and you spat in my face: Emotive (im)politeness and face in the English and Russian blind peer review. *Journal of Politeness Research*, 2022, vol. 18, no. 1, pp. 201–226. <https://doi.org/10.1515/pr-2019-0035>

Поступила в редакцию 17.04.2025; одобрена после рецензирования 20.05.2025; принята к публикации 20.05.2025; опубликована 30.09.2025

The article was submitted 17.04.2025; approved after reviewing 20.05.2025; accepted for publication 20.05.2025; published 30.09.2025

Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 300–308

Speech Genres, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 300–308

<https://zhanry-rechi.sgu.ru> <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-300-308>, EDN: SHBGHC

Научная статья
УДК 811.161.1'27'42

Сомнительный комплимент в жанровой структуре межличностной коммуникации

О. А. Леонтович

¹Волгоградский государственный социально-педагогический университет, 400005, г. Волгоград, пр. Ленина, д. 27

²Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 117485, г. Москва, ул. Академика Волгина, д. 6

Леонтович Ольга Аркадьевна, доктор филологических наук, ¹профессор кафедры межкультурной коммуникации и перевода; ²главный научный сотрудник лаборатории когнитивных и лингвистических исследований, olgaleo@list.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0972-4609>

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению сомнительного комплимента, его места в структуре речевых жанров, соотношения с вежливостью и языковых особенностей. Показано, что с точки зрения интенциональности он представлен двумя типами: 1) неуклюжие комплименты, свидетельствующие о языковой либо эмоциональной некомпетентности говорящего; 2) скрытые оскорблении. Тактики, используемые при реализации сомнительного комплимента, включают: выражение сомнения в достоинствах или достижениях адресата; дисквалификацию его действий; сравнения, умаляющие достоинства адресата либо тех, с кем его сравнивают; комплименты через самоуничтожение; перебор с преувеличением; подозрительные комплименты, свидетельствующие о небескорыстии; сарказм в форме комплимента. К языковым особенностям, позволяющим идентифицировать сомнительный комплимент, относятся: сочетание местоимения второго лица (*ты/вы*) с оценочным предикатом («*Ты – X*»); нацеленность на какой-либо аспект личностной идентичности (гендер, возраст, род занятий, внешность); наличие вспомогательных слов *для*, *хоть* (*и*), *зато*, *тоже*, *несмотря*, *вопреки*, *если бы не* и т. д.; непонимание говорящим внутренней формы слова и его коннотаций; использование неудачных аллюзий, квалификаторов, превращающих комплимент в свою противоположность, и импликаций, подразумевающих негативную оценочность; использование метафор и сравнений, не свойственных данной культуре. Выявлено, что в качестве ответной реакции на двусмысленное высказывание адресаты могут: 1) принять его как комплимент; 2) отшутиться; 3) бросить вызов собеседнику; 4) ничего не делать (игнорировать высказывание).

Ключевые слова: субжанр, сомнительный комплимент, интенциональность, лингвистический механизм, вежливость, тактики, языковые средства

Благодарности: Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда (проект № 23-18-00238, <https://rscf.ru/project/23-18-00238/>).

Выражаю благодарность Н. Н. Котельниковой за пояснение относительно внутренней формы лексем, обозначающих комплимент и сомнительный комплимент в китайском языке.

Для цитирования: Леонтович О. А. Сомнительный комплимент в жанровой структуре межличностной коммуникации // Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 300–308. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-300-308>, EDN: SHBGHC

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Back-handed compliment in the genre structure of interpersonal communication

О. А. Леонтович

¹Volgograd State Socio-Pedagogical University, 27 Lenin Ave., Volgograd 400005, Russia

²Pushkin State Russian Language Institute, 6 Acad. Volgina St., Moscow 114485, Russia

Olga A. Leontovich, olgaleo@list.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0972-4609>

Abstract. The article examines backhanded compliment, its place in the structure of speech genres, correlation with politeness and linguistic characteristics. It is shown that, from the perspective of intentionality, it is represented by two types: 1) awkward compliments indicating the speaker's linguistic or emotional incompetence; 2) 'insults in disguise'. The tactics used in delivering a backhanded compliment include: expressing doubt about the addressees' merits or achievements; discrediting their actions; comparisons that diminish the merits of the addressees or those they are compared to; compliments through self-deprecation; excessive exaggeration; suspicious compliments indicating ulterior motives; and sarcasm disguised as a compliment. The linguistic features that make it possible to identify a backhanded compliment include: the combination of a second-person pronoun (you) with an evaluative predicate ("You are X"); focus on some aspect of personal identity (gender, age, occupation, appearance); the use of auxiliary words such as *for, even if (and), but, also, despite, in spite of, if it weren't for*; the speaker's misunderstanding of the word's inner form and its connotations; the use of inappropriate allusions, qualifiers that turn the compliment into its opposite, and implications that suggest a negative evaluation; the use of metaphors and comparisons not typical of the given culture. It has been identified that in response to an ambiguous statement, addressees may: 1) accept it as a compliment; 2) laugh it off; 3) challenge the interlocutor; 4) do nothing (ignore the statement).

Keywords: subgenre, backhanded compliment, intentionality, linguistic mechanism, politeness, tactics, linguistic means

Acknowledgments: The reported study was funded by RSF (project 23-18-00238, <https://rscf.ru/en/project/23-18-00238/>).

I would like to express my gratitude to Nadezhda N. Kotelnikova for her clarification regarding the internal form of lexemes denoting compliments and backhanded compliments in the Chinese language.

For citation: Leontovich O. A. Back-handed compliment in the genre structure of interpersonal communication. *Speech Genres*, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 300–308 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-300-308>, EDN: SHBGHC

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Введение

«Все горе в том, что из слов никогда нельзя узнать точно, для чего они сказаны», – писал Джек Лондон. Данная статья посвящена языковому явлению, которое как нельзя лучше иллюстрирует слова классика – сомнительному комплименту. Исследование проведено на материале контекстов, отобранных из живой речи, Интернета и художественной литературы общим объемом выборки 210 примеров.

В качестве исследовательских методов использованы: 1) дискурс-анализ, предусматривающий изучение живого общения в социальном контексте; 2) этимологический анализ, проясняющий происхождение ключевых терминов; 3) контекстуальный анализ, позволяющий определить смысл высказывания в зависимости от конкретного окружения; 4) конверсационный анализ с учетом интенциональности, симметричности общения, последовательности речевых действий, смежных репликовых пар, желательных и нежелательных реакций на высказывания собеседника; 5) сопоставительный анализ, нацеленный на определение сходств и различий между исследуемыми понятиями в разных лингвокультурах.

1. Жанровый статус комплимента

Среди исследователей не существует полного единства мнений относительно критериев выделения жанров, их совокупности и культурной специфики. Даже ведущие специалисты в области жанроведения, например, Л. В. Балашова и В. В. Дементьев, весьма осторожны в определении набора жанров, способов их идентификации и методов исследования [1: 16], справедливо указывая на известную степень субъективизма при их анализе и сложности, неизбежно возникающие из-за авторской и «слушательской» непредсказуемости, а также ситуативных обстоятельств [1: 26].

Однако ученые в основном единодушно характеризуют комплимент как самостоятельный жанр [1–6 и др.]. Те, кто отказывает ему в жанровом статусе, остаются в меньшинстве. Так, М. Ю. Федосюк полагает, что комплимент не является культурно-поддерживаемым жанром, так как, в отличие от похвалы, характеризуется возможной неискренностью оценки [7: 113]. В связи с этим возникает вопрос: а всегда ли похвала бывает искренней? В качестве опровержения можно привести следующие примеры:

И он, произнося свою похвалу совести, ощущал, как фальшиво, деревянно звучит

его голос [Василий Гроссман. Жизнь и судьба].

Но все это было не то, – в похвалах не хватало искреннего волнения, как и в картинах уже не было живой игры красок и свободной кисти [К. Г. Паустовский. Орест Кипренский].

О возможной неискренности похвалы также свидетельствуют такие выражения, как *рассыпаться в похвалах, расточать похвалы, купиться на похвалу*. В связи с вышесказанным нельзя не согласиться с мнением Л. В. Балашовой и В. В. Дементьева, которые утверждают, что «с жанрами пытаются связать оценки как таковые <...>, тогда как в РЖ входит, в качестве одного из компонентов, не оценка, а форма оценки» [1: 82].

В рамках «речежанровой системности» и «классификационного жанроведения» [1: 45–46] выделяются различные иерархии: жанры элементарные и комплексные [7], простые и сложные [8, 9]; первичные и вторичные [10]; жанры, субжанры и гипержанры [11]; речевые жанры, субжанры (жанроиды) и гипержанры [12]. Сложность анализа структуры речевых жанров заключается в том, что она может рассматриваться как совокупность иерархически организованных подсистем, однако подчиненность жанров может варьироваться и они, в свою очередь, могут подвергаться дальнейшему членению. К. Ф. Седов трактует комплимент как факультативный субжанр болтовни, определяющий используемые коммуникативные тактики [11: 141]. Это не единственная возможность – можно, например, рассматривать комплимент как субжанр светской беседы. В свою очередь, исследуемый нами сомнительный комплимент вторичен по отношению к комплименту и может трактоваться как его субжанр. Именно так мы будем характеризовать его в данной статье.

2. Соотношение между комплиментом и вежливостью

С точки зрения Н. Д. Арутюновой, комплимент относится к группе фатических речевых жанров, цель которых – установление и регулирование межличностных отношений [2: 52–56]. О. С. Иссерс относит комплимент к ритуальным речевым действиям, нацеленным на «установление контакта и поддержание добрых отношений». Она справедливо указывает на то, что он основывается на принципе вежливости и что первым условием успешности его использования является знание правил речевого поведения [4: 179, 182]. К. Ф. Седов считает умение делать комплименты «показателем уровня коммуникативной компетенции человека» [3: 235].

Выделяются такие разновидности комплимента, как комплимент-благодарность, комплимент-похвала, комплимент-просьба, комплимент-признание, комплимент-одобрение [4: 192], комплимент-восхищение, комплимент-проявление чувств, комплимент-уважение, комплимент-почтение, комплимент-выгода; наигранный, шутливый, иронический, поэтический комплимент [13: 129] и т. д.

В. В. Колмакова и д. Ю. Шалков полагают, что комплименту должна быть присуща искренность, иначе он «будет расценен как издевка, шутка» [13: 130]. М. Л. Ковшова, напротив, считает, что комплимент «освобожден от искренности», поскольку его этикетная функция предполагает сдерживание эмоций [5: 104]. Позволим себе утверждать, что здесь нет и не может быть крайностей, поскольку искренность скорее представляет собой континuum, где трудно обозначить момент перехода количества в качество. Именно это нередко заставляет адресатов сомневаться в искренности комплиментов и не знать, как на них реагировать. По этому поводу О. С. Иссерс пишет, что «готовность следовать ритуалу допускает и принятие ложных комплиментов, где искренность оценки весьма сомнительна» [4: 180].

О разном восприятии степени искренности свидетельствуют эпитеты к слову «комплимент»:

положительные: бесхитростный, восторженный, заслуженный, изысканный, изящный, искренний, лестный, невинный, остроумный, поэтический, приятный, тонкий;

отрицательные (которых намного больше): банальный, грубоватый, дешевый, дежурный, дурацкий, елейный, злой, избитый, иронический, колкий, лживый, лицемерный, ложный, льстивый, наигранный, нелестный, неловкий, неуклюжий, обидный, оскорбительный, плохой, пошлый, притворный, приторный, слашавый, токсичный, тривиальный, тяжеловесный, ханжеский;

амбивалентные: двусмысленный, завуалированный, незамысловатый, неоднозначный, пространный, своеобразный, шутливый, цветистый.

Поскольку возможная неискренность комплимента заложена в самой природе этого жанра, в ряде случаев говорящий считает нужным прибегнуть к метапрагматическим комментариям, которые, как пишет К. С. Шилихина, «используются для снятия прагматической неоднозначности» [14]:

Это не просто комплимент – это констатация факта, или же наоборот: Это просто комплимент, не более того!

А вы странный... – Я сочту это за комплимент.

Я бы принял это за комплимент, если бы не ваш тон.

Человек, делающий другому комплимент, балансирует между искренностью и неискренностью: с одной стороны, он хочет сказать собеседнику что-то приятное, а с другой – несколько лукавит, что хорошо иллюстрирует высказывание французского футболиста Эрика Кантона:

Игра повсюду. Вот, например, я скажу, что у вас красивый галстук. Значит ли это, что я солгал, желая сделать вам комплимент? Нет, я пошутил, а галстук и правда красивый. Или нет? Вот видите, вы уже ни в чем не уверены.

Жанр может трактоваться как «средство типологического осмыслиения лингвокультур» [1: 24], обусловленное «субъективным, культурно-опосредованным ценностным взглядом на мир» [1: 60]. Свойства комплимента и его восприятие как вежливого либо невежливо-го диктуются нормами культуры в данный период времени и проявляются в допустимости / недопустимости, уместности /неуместности в зависимости от ситуации и сферы общения (рабочее место, вечеринка, свидание), состава коммуникантов, уровня их образованности и воспитания, коммуникативной дистанции (начальник и подчиненный, преподаватель и студент, старший и младший), межличностных отношений (случайные собеседники, друзья, коллеги, любовники) и т. д.

3. Концептуализация сомнительного комплимента через призму языка

В контексте разных лингвокультур наблюдается разная динамика в восприятии комплимента. Если в эпоху «куртуазных» отношений в Европе комплимент был неотъемлемой частью культуры, то сегодня он может восприниматься как нарушение личного пространства или сексуальное домогательство. «<...> любое изменение, – отмечают Л. В. Балашова и В. В. Дементьев, – всегда не только что-то добавляет, но одновременно что-то ограничивает, порождает один или целую серию запретов». [1: 109–110], что свидетельствует о необходимости принимать во внимание лингвокультурную специфику комплимента.

Лексикографические источники утверждают, что русское слово «комплимент» происходит от французского *compliment* (< лат. *complere* – наполнять, исполнять, завершать), то есть изначально оно было связано с исполнением задуманного. Согласно «Этимологическому словарю русского языка» М. Фасмера, лексема «комплимент» впервые появилась в бумагах Петра I в 1701–1702 гг. Единого написания не было: «кумплюмент», «кумплемент», «куплюмент» и «куплемент» [15: 306].

В настоящее время именно слово «комплимент» (*compliment*) закрепилось во французском, английском, русском языках.

В испанском языке ситуация иная: там существует три лексемы – *cumplimiento*, *cumplido* и *piropo* [16]. Слово *cumplimiento* (того же происхождения, что и французское) в настоящее время в большинстве случаев используется в значении «выполнение (обязательства, долга или обещания)». Общее слово, обозначающее комплимент по отношению к лицу любого пола и возраста, – *cumplido*. В свою очередь, *piropo* – это комплимент женщине, обычно в шутливой форме преувеличенной похвалы, реализуемый в неофициальном регистре общения [16: 77]. Современные испанские толковые словари трактуют *piropo* как элемент уличной культуры, используемый в ситуациях ухаживания и флирта.

С некоторой осторожностью отметим, что в китайском языке нет слова, которое соответствовало бы вышеуказанным. Наиболее близкое по значению выражение 恭维话, состоящее из слов «льстить/восхвалять» + «речь», обозначает неискреннюю лесть и имеет негативную коннотацию.

Исследуемый нами субжанр, обозначаемый в русском языке термином «сомнительный комплимент», далеко не всегда предполагает сомнение в искренности – он также может относиться к оскорблению, завуалированному под комплимент. В таком случае он «сомнителен», потому что неясна интенция говорящего.

Наименования этого жанра в разных культурах несколько различны по своей внутренней форме. В английском имеется схожее с русским обозначение *dubious compliment*, однако более широко распространено словосочетание *backhanded compliment* (внутренняя форма – обратная сторона руки, не видимая собеседнику), или более редкое *left-handed compliment*. Согласно словарям, эти термины относятся к непрямому выражению мысли, двусмыслиности либо скрытому оскорблению (*rudeness in disguise*) [17].

Во французском языке используется выражение *compliment détourné* (окольный, непрямой, неискренний комплимент) или *compliment étroïsonné* (отравленный комплимент); в испанском – *cumplido con doble intención* (досл. «комплимент с двойным намерением») или *cumplido envenenado* (ядовитый комплимент); в китайском – 话里有话的恭维 (комплимент со скрытым значением) или 带刺的恭维 (комплимент с шипами). Как видно, данное явление в той или иной форме присутствует в вышеупомянутых культурах и оценивается отрицательно, но при этом слегка различается по нюансировке смыслов.

4. Типы сомнительных комплиментов

С точки зрения *интенциональности* можно выделить два основных типа сомнительных комплиментов.

К первому относятся неуклюжие комплименты, свидетельствующие о языковой либо эмоциональной некомпетентности говорящего и вызывающие чувство неловкости или смех:

Я сделала красивую укладку и пришла на работу. Мой босс долго смотрел на меня. А потом с задумчивым видом изрек: «Вы сегодня такая красивая, прямо как Медуза Горгона».

Жена зашла как-то в ремонтную мастерскую. Объясняет, что ей нужно. Мастер говорит: «Вот смотрю я на вас – коня на скаку остановит, в горящую избу войдет... В общем, настоящая тургеневская героиня...» (Хаит В. Дедушка танцует на балконе).

В такого рода комплиментах адресат может обнаруживать двусмысленность, не замеченную адресантом:

Что за дурацкий комплимент: «Выглядишь на все 100»... Так и хочется спросить: «Лет или... килограмм??

Второй тип сомнительного комплимента – скрытый укол, облеченный в форму комплимента (вспомним, что К. Ф. Седов называл колкость комплиментом со знаком минус [18: 193]):

Ты такая красивая. Почему ты до сих пор одна?

Красивые серьги – моей бабушке бы понравились.

Симпатичное колечко! И недорогое, наверное...

Хорошо, что ты не паришься об угощении.

В межличностной коммуникации подобные комплименты выступают как своего рода провокация, балансирование на грани конфликта. Причины, побуждающие коммуниканта прибегать к такой форме выражения, – это неуверенность в себе, ревность, зависть, конкуренция, попытка понизить социальный статус собеседника, стремление к доминированию. В связи с тем, что открытая коммуникативная агрессия считается социально неприемлемой, используется завуалированная форма оскорблений.

Пограничными, балансирующими между первым и вторым типом можно считать «антикомплименты», в основном юмористические, определяемые Л. В. Балашовой и В. В. Дементьевым как «провокационные высказывания разных типов и интенсивности» [1: 463], которые по-простому можно назвать «стёбом». На грани также находятся комплименты, содержащие элемент эпатаха:

С. Дали (своей возлюбленной Аманде Лир): У вас прекрасный череп и высококачественный скелет.

5. Лингвистические механизмы формирования

Исследователи отмечают, что комплимент и оскорбление сходны по своему механизму [5: 105–106; 13: 131; 19: 132], который, по словам М. Л. Ковшовой, управляет коммуникативной дистанцией: комплимент направлен на эмоциональное сближение, а оскорбление – на отдаление, разрыв добрых отношений, а также «переход на личности» [5: 103].

К. С. Шилихина, в свою очередь, указывает на сложность формализации иронии из-за слишком большого числа обуславливающих ее факторов [14: 67]. То же самое можно отнести и к сомнительному комплименту, который часто может быть основан на иронии или сарказме. Если буквальное значение сказанного «вступает в конфликт с контекстом, адресат «отбрасывает» его и ищет в сказанном скрытый, переносный смысл» [14: 51]. Для иллюстрации можно привести следующий пример:

Жду тебя, мой цветок.

Он повесил трубку. Мой цветок, подумала я, надо же. Считает меня растением (В. Пелевин. Священная книга оборотня).

Одна из достаточно очевидных характеристик сомнительного комплимента – его нацеленность на какой-либо из **параметров личностной идентичности**. В этом прослеживается некоторое сходство с политической корректностью, ранее также рассмотренной нами в соотношении с вежливостью [20]. Поскольку идентичность представляет собой «я-концепцию», образ себя, посягательство на нее выполняет ликоповреждающую функцию:

- гендер:

Для женщины ты очень логично рассуждаешь / нормально водишь машину / неплохо играешь в шахматы.

Наконец-то ты поступил как настоящий мужчина.

- возраст:

А ты хорошо сохранилась, одноклассница!

Вы хоть и старая, а память у Вас девичья [приводится по: 5: 111].

Прекрасно выглядишь для своего возраста.

- внешность:

(Про ребенка со слегка оттопыренными ушами): У мальчика хороший слух, ведь у него уши музыкальные.

Ты не такая уж толстая.

Ты такая хорошенъкая, словно сдобная булочка!

- род занятий:

– Он, между прочим, хороший юрист. – Хороший юрист – это еще не профессия! [Хайт В. Дедушка танцует на балконе].

Ты довольно умный для полицейского.

А ты сообразительный, хоть и спортсмен.

Обращает на себя внимание, что при этом семантизация аспектов идентичности идет рука об руку со стереотипизацией.

Далее рассмотрим **тактики**, используемые при реализации сомнительного комплимента.

- Выражение сомнения в достоинствах или достижениях адресата:

Знаешь, я даже не ожидал, что у тебя получится так хорошо.

Неужели ты сама заработала на айфон?

Ого, ты сам всё это придумал?!

- Дисквалификация действий собеседника:

Пишешь диссертацию? Сейчас все что-то пишут.

Хорошо выполнил задание – родители помогали?

- Сравнение, умаляющее достоинства адресата либо тех, с кем его сравнивают:

Ты стала красивая. Почти как твоя сестра.

Ты гораздо умнее, чем твои друзья.

- Комплимент через самоуничижение:

Ты молодец, не то что я.

- Перебор с преувеличением, который звучит фальшиво из-за его чрезмерности:

Ты просто гений!

- Подозрительные комплименты, свидетельствующие о том, что они не бескорыстны:

У тебя такая красивая улыбка... Кстати, можешь мне одолжить немного денег?

Ты так здорово всё делаешь... Слушай, а можешь мне завтра помочь?

– Девушка, вам никто не говорил, что у вас пронзительно-проницательные глаза! – Ага, просвечивающие насквозь, чего только не говорили! Молодой человек, проезд оплачиваем! [Приводится по: 1: 494].

- Сарказм в форме комплимента:

Кажется, ты обладаешь редким даром – видеть в людях только негатив.

Как же здорово, что ты всегда настроена на успех – даже если надо перешагнуть через кого-то.

Ты не такая тупая, как кажешься.

Таким образом, как указывает О. С. Исерс, речевая тактика комплимента способна «сочемщаться с другими речевыми тактиками <...>, перевоплощаясь в свою противоположность» [4: 194].

Языковые средства, формирующие сомнительный комплимент. При том что достаточно сложно вывести алгоритм выявления сомнительного комплимента, в ходе анализа обнаруживается ряд показателей, своего рода «сигналов», типичных для этой жанровой структуры.

1. Сочетание характеризующей конструкции, включающей местоимение второго лица (ты/вы) с оценочным предикатом («Ты – Х»), как в любом комплименте [1: 686].

2. Нацеленность на какой-либо аспект личностной идентичности, на что мы указывали выше.

3. Часто – использование вспомогательных слов для, хоть (и), зато, тоже, несмотря, вопреки, если бы не и т. д.:

Зато ты умная/добрая.

Для мужчины ты хорошо готовишь.

Ты занялась бегом? Молодец, мне **тоже** надо худеть.

Сюда же относится метаязыковой комментарий в хорошем смысле, который, по мнению Т. Б. Радбилия, «всегда имеет характер внутренней полемичности, когда говорящий по тем или иным причинам расходится с ценностными стереотипами, закрепленными за изображаемыми явлениями и понятиями в объективной языковой оценке» [21], например:

Я всегда говорил, что ты не совсем нормальный. **В хорошем смысле**, конечно [Мариам Петросян. Дом, в котором... (2009)].

Ты странный, в хорошем смысле слова.

Ну и мразь же ты. В хорошем смысле этого слова.

4. Отклонения от узуального употребления языковых единиц:

- Говорящий не чувствует внутренней формы слова или коннотации:

Ты выросла, **возмужала** (по отношению к юной девушке).

М. Задорнов: Недавно услышал самый забавный комплимент в своей жизни. После концерта подошел один из зрителей и сказал: «Я ваш **злостный поклонник**».

Девушка, вы такая красивая. Давайте я на вас **карикатуру** нарисую.

- Используются неудачные аллюзии:

Свекр однажды выдал: «У тебя новая прическа? Хорошая, **прям как у Гоголя**».

Ты поешь так чувственно, **как бурлаки на Волге**.

5. «Довесок», превращающий комплимент в свою противоположность:

Ты молодец, так быстро додумался! **Не ожидал от тебя.**

Шурочка, как же здорово, что Вы на дистанционной работе, **можно сидеть в тепле и ничего не делать!**

Ты сегодня так замечательно выглядишь, **прямо удивительно...**

Вы замужем? – Нет. – Ну ничего, вы еще молодая. **Относительно.**

Вы так похудели. **Чем-то болели?**

Ф. А. Кузин отмечает, что «к комплименту нельзя делать добавок, которые становятся для него “ложкой дегтя”» [22]. О. С. Иссерс объясняет это тем, что в комплименте не должен содержаться семантический компонент, который указывает на «ограниченность» положительной оценки [4: 185].

6. Импликация, подразумевающая негативную оценочность:

Смотри-ка, умнеешь на глазах (была недостаточно умная).

Ты очень фотогеничная (на фото лучше, чем в жизни).

Вы так хорошо сегодня выглядите, что я вас не узнала (обычно выглядите намного хуже).

Я с годовалой дочерью на руках. Милейшая приёмщица в «Ремонте обуви»: «Какая у вас девочка красивая! На папу, видно, похожа!» (мама не очень красивая).

7. Использование метафор и сравнений, не свойственных данной культуре:

Мне в Египте какой-то араб, который шел навстречу по улице, сказал: «У тебя глаза как у верблюда» и добавил: «Междурочим, это комплимент».

Один товарищ кавказской внешности моей подруге комплимент сделал: «Какая походка у тебя! Ты похожа на горного коня».

6. Вежливая реакция на сомнительный комплимент

Исследователи неоднократно указывали на то, что, согласно принципу вежливости Д. Лича, максима согласия заставляет адресата благодарить за комплимент, а максима скромности – отвергать его [13: 129–130]. М. Л. Ковшова утверждает, что «оценка всегда является насилиственным актом, причинением ущерба душевному спокойствию», поэтому адресат оценки в русской речевой культуре склонен не принимать не только оскорблений, но и комплименты, стремясь преуменьшить их содержание или перевести их в шутку [5: 106]. Это подтверждается следующими примерами:

Ты просто гений! – Ну скажешь тоже...

Ты отлично поёшь! – Издеваешься?

Действительно, не существует общепринятых норм относительно того, как следует принимать комплимент – это всегда индивидуально и ситуативно. Еще в большей

степени это справедливо для сомнительного комплимента, поскольку сомнения в его искренности порождают неуверенность в том, как на него реагировать. Предлагаются различные по уровню вежливости варианты реакций: 1) принять сомнительное высказывание как комплимент; 2) отшутиться; 3) возмутиться и бросить вызов собеседнику; 4) ничего не делать (игнорировать высказывание). Анализируя иронию, К. С. Шилихина пишет про возможность «аннулирования» интенции говорящего при изменении ситуации общения [14: 51]. Это справедливо и по отношению к сомнительному комплименту: при обнаружении адресатом двусмыслинности адресант может отрицать наличие в его высказывании злого умысла.

Заключение

Подводя итог, суммируем ключевые положения статьи.

Восприятие комплимента как вежливого либо невежливого диктуется нормами культуры в определенный период времени и проявляется в допустимости / недопустимости, уместности / неуместности в зависимости от ситуации, сферы общения, состава коммуникантов и взаимоотношений между ними.

Сомнительный комплимент, выступающий как субжанр комплимента, представлен двумя типами, отражающими интенциональность говорящего и сходными по своему лингвистическому механизму: 1) неуклюжие комплименты, свидетельствующие о языковой или эмоциональной некомпетентности говорящего; 2) скрытые оскорблении.

В основе сомнительного комплимента – его нацеленность на какой-либо из параметров личностной идентичности (пол, возраст, внешность, род занятий). Пояснительство на них выполняет ликоповреждающую функцию, идет рука об руку со стереотипизацией и не вписывается в нормы вежливого общения.

Речевые тактики и языковые средства, используемые для формирования сомнительного комплимента, создают двусмыслинность, порождая сомнение в его искренности и неуверенность в том, как на него реагировать. Выявлено, что в качестве ответной реакции на двусмыслинное высказывание адресаты могут: 1) принять его как комплимент; 2) отшутиться; 3) бросить вызов собеседнику; 4) ничего не делать (игнорировать высказывание). В случае обнаружения адресатом двусмыслинности адресант может отрицать наличие в его высказывании преднамеренного оскорблений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Балашова Л. В., Дементьев В. В. Русские речевые жанры. М. : Издательский Дом ЯСК, 2022. 832 с.
2. Арутюнова Н. Д. Жанры общения // Человеческий фактор в языке. М. : Наука, 1992. С. 52–56.
3. Седов К. Ф. Комплимент – речевой жанр суггестивного дискурса // Жанры речи : сб. науч. ст. Вып. 7. Саратов : ИЦ «Наука», 2011. С. 225–235.
4. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. М. : Издательство ЛКИ, 2008. 288 с.
5. Kovshova M. L. Комплимент и оскорблечение: общее и различное (на материале современной русской речи) // Язык, сознание, коммуникация : сб. статей / под ред. Н. В. Уфимцевой, В. В. Красных, А. И. Изотова. М. : МАКС Пресс, 2010. Вып. 40. С. 103–112.
6. Шаронов И. А. Речевые акты и речевые жанры на примере комплимента // Слово.ру: балтийский акцент. 2024. Т. 15, № 3. С. 234–246.
7. Федосюк М. Ю. Нерешенные вопросы теории речевых жанров // Вопросы языкоznания. 1997. № 5. С. 102–120.
8. Баранов А. Г. Когниотипичность текста. К проблеме уровней абстракции текстовой деятельности // Жанры речи : сб. науч. ст. Вып. 1. Саратов : ГосУНЦ «Колледж», 1997. С. 4–12.
9. Гайда Ст. Жанры разговорных высказываний // Жанры речи : сб. науч. ст. Вып. 2. Саратов : ГосУНЦ «Колледж», 1999. С. 103–112.
10. Кожина М. Н. Речевой жанр и речевой акт (некоторые аспекты проблемы) // Жанры речи : сб. науч. ст. Вып. 2. Саратов : ГосУНЦ «Колледж», 1999. С. 52–61.
11. Седов К. Ф. Нейтральные жанры в коммуникативном пространстве современной России // Stylistyka. 2006. № 15. С. 135–149.
12. Седов К. Ф. Человек в жанровом пространстве современной коммуникации // Антология речевых жанров: Повседневная коммуникация / под общ. ред. К. Ф. Седова. М. : Лабиринт, 2007. С. 7–38.
13. Колмакова В. В., Шалков Д. Ю. Проявление речевой агрессии в комплименте // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 1. С. 126–132.
14. Шиляхина К. С. Семантика и pragmatika вербальной иронии. Воронеж : НАУКА-ЮНИПРЕСС, 2014. 304 с. Серия монографий «Аспекты языка и коммуникации». Вып. 8
15. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка : в 4 т. Т. 2. М. : Прогресс, 1986. 672 с.
16. Зверева Е. В. Формы обращения в комплиментах, используемых в испанском языке // Гуманитарные науки. 2013. № 2 (10). С. 76–82.
17. Backhanded compliment // Cambridge dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/backhanded-compliment> (дата обращения: 22.03.2025).
18. Седов К. Ф. Внутрижанровые стратегии речевого поведения: «ссора», «комплимент», «колкость» // Жанры речи : сб. науч. ст. Саратов : ГосУНЦ «Колледж», 1997. Вып. 1. С. 188–194.
19. Щербина Ю. В. Вербальная агрессия. Изд. 2-е. М. : Изд-во ЛКИ, 2008. 360 с.
20. Леонтьевич О. А. Магия вежливости или диктат политической корректности? Соотношение понятий // Русский язык за рубежом. 2023. № 5. С. 16–21.
21. Радбиль Т. Б. «Псевдоценности» в современном отечественном медиийном дискурсе: опыт логического анализа имплицитной оценочности в языке печатных СМИ // Медиастилистика. 2021. Т. 8, № 4. <https://medialing.ru/psevdocennosti-v-sovremenno-otечestvennom-medijnom-diskurse-opty-logicheskogo-analiza-implicitnoj-ocenochnosti-v-yazyke-pechatnyh-smi/> (дата обращения: 22.03.2025).
22. Кузин Ф. А. Культура делового общения [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rulit.me/books/kultura-delovogo-obshcheniya-read-142678-20.html> (дата обращения: 22.03.2025).

REFERENCES

1. Balashova L. V., Dementyev V. V. *Russkie rechevye zhanry* [Russian speech genres]. Moscow, Izdatel'skij Dom JaSK, 2022. 832 p. (in Russian).
2. Arutjunova N. D. Communication genres. In: *Chelovecheskij faktor v jazyke* [Human factor in language]. Moscow, Nauka, 1992, pp. 52–56 (in Russian).
3. Sedov K. F. Compliment as a speech genre of suggestive discourse. *Zhanry rechi: sb. nauch. st.* [Speech Genres: Coll. of sci. arts]. Saratov, ITs "Nauka", 2011, iss. 7, pp. 225–235 (in Russian).
4. Issers O. S. *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoj rechi* [Communicative strategies and tactics of Russian speech]. Ed. 5th. Moscow, Izdatel'stvo LKI, 2008. 288 p. (in Russian).
5. Kovshova M. L. Compliment and insult: Similarities and differences. *Jazyk, soznanie, kommunikatsija: sb. statei. Pod red. N. V. Ufimtsevoi, V. V. Krasnykh, A. I. Izotova* [Ufimtseva N. V., Krasnykh V. V., Izotov A. I., eds. Language, consciousness, communication: Coll. of arts]. Moscow, MAKС Press, 2010, iss. 40, pp. 103–112 (in Russian).
6. Sharonov I. A. Speech acts and speech genres on the example of compliment. *Slovo.ru: Baltic accent*, 2024, vol. 15, no. 3, pp. 234–246 (in Russian).
7. Fedosjuk M. Ju. Unsolved issues of the speech genre theory. *Voprosy Jazykoznanija*, 1997, no. 5, pp. 102–120 (in Russian).
8. Baranov A. G. Cogniotypicality of text. On the problem of levels of abstractness of text activity. *Zhanry rechi: sb. nauch. st.* [Speech Genres: Coll. of sci. arts]. Saratov, GosUNTs "Kolledzh", 1997, iss. 1, pp. 4–12 (in Russian).
9. Gajda St. Genres of colloquial statements. *Zhanry rechi: sb. nauch. st.* [Speech Genres: Coll. of sci. arts]. Saratov, GosUNTs "Kolledzh", 1999, iss. 2, pp. 103–112 (in Russian).
10. Kozhina M. N. Speech genre and speech act. *Zhanry rechi: sb. nauch. st.* [Speech Genres: Coll. of sci. arts]. Saratov, GosUNTs "Kolledzh", 1999, iss. 2, pp. 52–61 (in Russian).
11. Sedov K. F. Neutral genres in the communicative space of modern Russia. *Stylistyka*, 2006, no. 15, pp. 135–149 (in Russian).
12. Sedov K. F. Human being in the space of modern communication. In: *Antologija rechevykh zhanrov: Povsednevnaia kommunikatsija. Pod obshch. red. K. F. Sedova* [Sedov K. F., ed. Antology of speech genres: Everyday communication]. Moscow, Labirint, 2007, pp. 7–38 (in Russian).
13. Kolmakova V. V., Shalkov D. Ju. Speech aggression in a compliment. *Philology. Theory and Practice*, 2016, no. 1, pp. 126–132 (in Russian).
14. Shilikhina K. S. *Semantika i pragmatika verbal'noj ironii: monografiya serii "Aspekty jazyka i kommunikatsii"*

- [Semantics and pragmatics of verbal irony: Monograph series “Language and Communication Aspects”]. Iss. 8. Voronezh, NAUKA-JuNIPRESS, 2014. 304 p. (in Russian).
15. Fasmer M. *Jetimologicheskij slovar' russkogo jazyka: in 4 t.* [Etymological dictionary of the Russian language: in 4 vols, vol. 2]. Moscow, Progress, 1986. 672 p. (in Russian).
 16. Zvereva E. V. Forms of address in compliments in the Spanish language. *The Humanities Scientific Journal*, 2013, no. 2 (10), pp. 76–82 (in Russian).
 17. Backhanded compliment. In: *Cambridge dictionary*. Available at: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/backhanded-compliment> (accessed February 22, 2025).
 18. Sedov K. F. Intragener strategies of speech behavior: “quarrel”, “compliment”, “gibe”. *Zhanry rechi: sb. nauch. st.* [Speech Genres: Coll. of sci. arts]. Saratov, GosUNTs “Kolledzh”, 1997, iss. 1, pp. 188–194 (in Russian).
 19. Shcherbinina Ju. V. *Verbal'naja agressija* [Verbal aggression]. Ed. 2hd. Moscow, Izd-vo LKI, 2008. 360 p. (in Russian).
 20. Leontovich O. A. Magic of politeness or dictate of political correctness? Correlation of concepts. *Russian Language Abroad*, 2023, no. 5, pp. 16–21 (in Russian).
 21. Radbil' T. B. ‘Pseudovalues’ in modern public media discourse: study of logical analysis of implicit evaluation in the language of print media. *Media Linguistics*, 2021, vol. 8, no. 4. Available at: [https://medialing.ru/pseudocennosti-v-sovremennom-otechestvennom-medijnom-diskurse-opty-logicheskogo-analiza-implicitnoj-ocenochnosti-v-yazyke-pechatnyh-smi/](https://medialing.ru/pseudocennosti-v-sovremenном-otechestvennom-medijnom-diskurse-opty-logicheskogo-analiza-implicitnoj-ocenochnosti-v-yazyke-pechatnyh-smi/) (accessed February 22, 2025) (in Russian).
 22. Kuzin F. A. *Kul'tura delovogo obshchenija* (Culture of business communication). Available at: <https://www.rulit.me/books/kul'tura-delovogo-obshcheniya-read-142678-20.html> (accessed February 22, 2025) (in Russian).

Поступила в редакцию 23.03.2025; одобрена после рецензирования 15.04.2025; принята к публикации 15.04.2025; опубликована 30.09.2025

The article was submitted 23.03.2025; approved after reviewing 15.04.2025; accepted for publication 15.04.2025; published 30.09.2025

ИНТЕРНЕТ-ЖАНРЫ

Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 309–318
Speech Genres, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 309–318
<https://zhanry-rechi.sgu.ru> <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-309-318>, EDN: VXBJIX

Научная статья
УДК 811.161.1'27'38'42:004.738.5

Жанр видеоизвинения в контексте современной этики и вежливости

Н. Г. Брагина[✉], Е. В. Васютина

Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, Россия, 117485, г. Москва,
ул. Академика Волгина, д. 6

Брагина Наталья Георгиевна, доктор филологических наук, профессор кафедры русской
словесности и межкультурной коммуникации, заведующий лабораторией исследований речевой
коммуникации и категории вежливости, natasha_bragina@mail.ru,
<https://orcid.org/0000-0002-0281-2067>

Васютина Елизавета Валерьевна, ассистент кафедры русской словесности и межкультурной
коммуникации, лаборант-исследователь лаборатории исследований речевой коммуникации
и категории вежливости, lizavass18@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0000-7021-511X>

Аннотация. Статья посвящена описанию жанра видеоизвинения, его формам и языковым особенностям. Жанр видеоизвинения сформировался в последнее десятилетие и функционирует в среде сетевой публичности. В работе охарактеризовано понятие сетевой публичности. Популярность извинений на камеру возрастает и привлекает внимание специалистов из разных сфер. Этим обусловлена необходимость лингвистического осмысливания видеоизвинений. Определены различия между межличностными, публичными и видеоизвинениями. Показано, что видеоизвинение является поликодовым жанром, ему присущи спланированность и некоторая театральность. Рассмотрены общие предпосылки видеоизвинений, связанные с нарушением принятых в социуме норм этики и соотносимых с ними норм вежливых речевых действий и моделей поведения. Отмечены особенности коммуникативной ситуации видеоизвинения: разный состав участников, возможность варьирования ее компонентов в зависимости от платформы размещения, долгое хранение в интернет-пространстве. На основе анализа более 25 видеороликов, размещенных в сети за последние 10 лет, выделены наиболее частотные речевые клише и стратегии. Определены две основные формы видеоизвинений: монологическая и вопросно-ответная.

Ключевые слова: речевые жанры, видеоизвинения, речевые клише, сетевая публичность, вежливая коммуникация, этические нормы

Благодарности. Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда (проект № 23-18-00238 «Лингвистические механизмы социального взаимодействия: категория вежливости в словаре и дискурсе», <https://rscf.ru/project/23-18-00238/>).

Для цитирования: Брагина Н. Г., Васютина Е. В. Жанр видеоизвинения в контексте современной этики и вежливости // Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 309–318. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-309-318>, EDN: VXBJIX

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

The genre of video apology in the context of contemporary ethics and politeness

N. G. Bragina[✉], E. V. Vasyutina

Pushkin State Russian Language Institute, 6 Akademika Volgina St., Moscow 117485, Russia

Natalia G. Bragina, natasha_bragina@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0281-2067>

Elizaveta V. Vasyutina, lizavass18@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0000-7021-511X>

Abstract. The paper focuses on the description of the genre of video apology, its forms and linguistic features. This genre has taken shape over the last decade and functions in the sphere of networked public discourse characterized in the paper. The popularity of on-camera apologies is increasing and attracts the attention of specialists from different spheres. This necessitates a linguistic comprehension of video apologies viewed as a polycode genre. The material under analysis comprises more than 25 video clips posted online over the last 10 years. The paper describes the differences between interpersonal, public, and video apologies as well as general prerequisites of the latter related to the violation of ethical norms accepted in society and correlated norms of polite speech actions and behaviours. The features of the communicative situation of a video apology discussed in the paper include: different composition of participants, the variability of its components depending on the hosting platform, and long storage in the internet space. We distinguish two main forms of video apologies: monological and question-and-answer ones – and identify the most frequent speech clichés and strategies.

Keywords: speech genres, video apologies, speech clichés, online publicity, polite communication, ethical norms

Acknowledgments. The reported study is funded by RSF (Project 23-18-00238, “Linguistic mechanisms of social interaction: Politeness in lexis and discourse”, <https://rscf.ru/en/project/23-18-00238/>).

For citation: Bragina N. G., Vasyutina E. V. The genre of video apology in the context of contemporary ethics and politeness. *Speech Genres*, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 309–318 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-309-318>, EDN: VXBJIX

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Функционирование публичных извинений в контексте сетевой публичности

Под сетевой публичностью понимается современная коммуникативная среда сетевого взаимодействия, развивающаяся в медийном поле [1: 47]. Она имеет черты, характерные для интернет-коммуникации, но в ней акцентирован аспект социального взаимодействия и тех форм коммуникации, которые возникают между личностью и социумом, между представителями разных социальных групп, между группами, объединенными на основе чего-л.: общности взглядов, интересов, общего прошлого и т. д. В ней воспроизводятся все выделенные Дж. Сёрлем виды иллокутивных актов [2]: репрезентативы, директивы, комиссивы, экспрессивы и декларации, а также их смешанные виды.

Сетевая публичность меняет отношение между тем, что считалось личным, приватным, интимным и тем, что является публичным, открытым для обсуждения: граница между личными и публичными нарративами в ней исчезает. Следствием такой трансформации становится снятие табу с многих тем, в прошлом относимых к области приватного. Открыто обсуждаются медицинские диагнозы, болезни, смерть, секс, неприглядные («стыдные») поступки, личная жизнь, включая переживания, связанные с потерей близких людей, с неудачной любовью, одиночеством и т. д. В сетевой среде темы «не для чужих глаз и ушей» уходят в прошлое. Зона приватного сужается. В этой связи особым образом выделяется частная жизнь человека, его эмоции, поведение, отношения

с другими людьми, коллективом, институциями, государством.

Сетевая публичность также развивает новые формы регуляции отношений между личностью и социумом, в частности, в ситуации нанесения морального ущерба социальному лицу, персональному или коллективному. Соответственно, под первым понимается отдельный человек, под вторым – определенным образом выстроенная и согласно заданным критериям структурированная общность людей.

Недолжное (вербальное и невербальное) поведение, нарушение этики, а также общепринятых норм вежливости в среде сетевой публичности становятся открытыми для эмоционального реагирования, обсуждения / осуждения / требования моральной компенсации и т. д. Сетевая публичность, стимулирует распространение жанра публичного извинения, мигрирующего «из пространства приватной коммуникации в публичное поле» [3: 113].

Новым жанром, возникшим в среде сетевой публичности, и наследующим базовые черты публичного извинения, стал жанр видеоизвинения, или извинения на камеру.

Межличностные извинения, публичные извинения и видеоизвинения: жанровые особенности

Межличностные извинения, а также публичные извинения и видеоизвинения мы рассматриваем как отдельные самостоятельные жанры со сходными базовыми чертами. Такая позиция отчасти опирается на гипотезу

немецкого журналиста и филолога В. Рипля, высказанную им в начале XX в. в отношении связи между «традиционными СМИ» и новыми медиа, возникшими вследствие развития информационных технологий и совершенствования массовых коммуникаций. Он предположил, что новые медиа не смогут полностью заменить «традиционные СМИ» и что оба информационных канала будут существовать параллельно [4: 4]. Впоследствии это предположение подтвердилось и было названо «законом Рипля». Этот закон показывает, что на фоне появления новых, более совершенных каналов передачи информации традиционные каналы не поглощаются ими, а сохраняют определенную устойчивость. Нечто подобное мы можем наблюдать относительно устойчивости традиционных жанров на фоне появления новых. В работе В. В. Дементьева [5: 169] эта мысль выражена эксплицитно: «исторически изменение какого-то из компонентов фона (межличностные отношения (близость, статус), канал связи) всегда приводит к изменениям жанра; но правила нового жанра немедленно охватывают и другие аспекты речи (как, например, произошло со светской беседой, если сравнить ее с болтовней или сплетнями, или с жанрами виртуального общения (блог, форум, чат), если сравнить их с перепиской, дневником, обменом записочками, наконец, дружеской беседой)». При этом, замечает автор, любое изменение всегда не только что-то добавляет, но одновременно что-то ограничивает [5: 169].

Если обратиться к истории, то межличностные и публичные извинения существовали еще в древности и по мере развития общества претерпевали определенные изменения. «Произнося свое Извинение, Сократ не признавался в том, что сделал что-то плохое, и не просил афинян о прощении – скорее он давал объяснение действиям, за совершение которых оказался на суде» [6: 183].

В антропологических исследованиях публичные извинения рассматривалась в разных аспектах, например, в аспекте становления личности советского человека на фоне общей коллективизации жизни [7].

В западной культуре уже с конца XX в. жанр публичных извинений становится одним из ведущих, что привлекло внимание разных исследователей: антропологов, лингвистов [8–11]. Конец XX – в начало XXI в. получило название «века извинений» [12]. Как отмечается в обзоре [3], публичные извинения в западной культуре могут интерпретироваться по-разному, начиная с определения их как источника моральных значений для проработки прошлого и заканчивая дискус-

сионными вопросами, связанными с искренностью и истинными функциями ритуалов покаяния [3: 113, 114]. Ярким примером ритуалов покаяния может служить деятельность папы римского Франциска, который просил прощения за ошибки и злоупотребления Римско-католической церкви у разных народов и у представителей разных конфессий, например: у коренных народов Канады; у цыган; у жителей Ирландии; у православных; у протестантов и прочих христианских церквей; у вальденсов.

Лингвистический аспект темы публичных извинений обсуждался в русле определения извинения как единицы коммуникации и его прагматической отнесенности к речевому акту или к речевому жанру. Исследователи склоняются к пониманию извинения как речевого жанра [13: 216], хотя связь с речевым актом, разумеется, не утрачивается. Также вводится понятие дискурса новой чувствительности [14: 148], который стимулирует распространение жанра извинения [13: 218].

В работе Р. Ратмайр [15] была предложена классификация извинений. Были выделены метакоммуникативные, конвенциональные и извинения по существу. Публичные извинения, как правило, относятся к извинениям по существу.

Приблизительно с 2015 г. в социальных сетях набирает популярность новый жанр – видеоизвинение, или извинение на камеру. Этот жанр зарождается в среде сетевой публичности. Он напрямую связан с жанром публичного извинения. Антропологи отмечают следующие жанровые особенности видеоизвинений: они приносятся не только за преступления, но и за проступки, эксплицитно трактуемые обвинителями в моральных терминах; субъектом извинений нового типа становятся не лица, наделенные политическим авторитетом и широкой ответственностью, а «обычные граждане» [3: 115]. Отмечается также их стандартизованный характер, использование фронтальной камеры, чаще всего смартфона. Общая коммуникативная ситуация отражает определенный канон: субъект обозначает характер своего проступка, акцентирует отсутствие в своих действиях специальных намерений («злого умысла»); признает свою вину; просит о прощении у всех, кто мог пострадать физически и/или эмоционально [3: 115]. Одной из площадок для развития этого жанра становится Северо-Кавказский регион [3: 115].

В работе Н. Н. Кошкаровой [13] видеоизвинения, названные видеороликами, определяются как отдельная форма публичного извинения. Их основным прагматическим потенциалом автор считает компенсацию за со-

общение клеветнического, диффамационного или оскорбительного характера [13: 219].

Мы склонны рассматривать видеоизвинения как отдельный жанр, который связан с развитием социальных сетей, имеет свои специфические черты и определенным образом влияет на формирование современного сетикета.

То, за что адресанты приносят извинения, записывая их на камеру, позволяет определить нормы современной этики и обозначить основные характеристики не/антивежливых речевых действий и моделей поведения, вызывающие негативный общественный резонанс.

Речевые клише извинений

Межличностные извинения, публичные извинения, а также видоизвинения имеют ряд базовых сходств, одно из которых относится к вербальному уровню, а именно: к общему набору речевых клише извинения. Под речевыми клише понимаются одно- и многословные диалогические единицы, устойчиво и стереотипно воспроизводимые, pragmatically связанные с конкретным речевым актом и с конкретным классом коммуникативных ситуаций [16: 10].

Речевые клише извинений: *Извини(te); Прости(te); Прошу прощения; Прошу извинения*, – часто в комбинации с клише самообвинения, а также оправдания и/или обещания: *Я (признаюсь, что) допустил/а ошибку; Я виноват/а; Я не хотел/а; Я не специально; Я не нарочно; Я больше так не буду; Это больше не повторится; Мне очень жаль и др.*, – используются в межличностных извинениях, публичных извинениях и в видеоизвинениях. В работе Р. Ратмайр [17] они называются корректирующими ритуальными идиомами, а само извинение, со ссылкой на работу У. Фреверт [18], – корректирующим действием, направленным на то, чтобы изменить значение, которое могло бы быть приписано некоторому поступку.

Как показано в работе Р. Лакофф [6: 192], для извинения сам факт такого действия более значим, чем вопрос о его искренности. Это дает основание считать, что базовой чертой жанра извинения является его ритуализированность, в которой особым образом профилируется факт исполнения самого действия, а вопрос искренности раскаяния может отходить на задний план. Ритуализированность жанра полностью согласуется с используемым набором языковых средств – речевых клише извинений. Они обеспечивают говорящего готовыми формулировками, избавляя от необходимости создавать собственные. В этом заключается их важный pragmatischer смысл.

Такие формулировки расцениваются в социуме как уместные и в некотором отношении даже обязательные для конкретной ситуации. Иными словами, речевые клише обещания, используемые при извинении (*Я больше так не буду; Это больше не повторится*), оцениваются адресатом как уместные и само извинение может быть принято. Остается открытый вопрос о том, насколько такое обещание убеждает адресата в том, что человек не намерен совершать сходного проступка в будущем.

Жанровая природа видеоизвинений

Речевой жанр видеоизвинения отличает определенная спланированность, продуманность и отчасти театральность, поскольку видеоролик, предполагает постановку. Извинения на камеру развивают ритуализированность жанра: спонтанное принесение извинения в данном жанре невозможно.

У видеоизвинений, возникших в среде сетевой публичности, есть свой канал связи – интернет-коммуникация. Это определяет их жанровую специфику. Видеоизвинения, как правило, выкладываются в открытый доступ на какую-либо из интернет-платформ. Лидирующими в последнее время стали Telegram и VK, до блокировки в России это были YouTube и Instagram (принадлежит компании Meta, признанной экстремистской и запрещённой на территории РФ). У каждой платформы есть свои pragmatische особенности: возможность оставлять комментарии; способы реагирования и пересылки публикаций и видеоматериалов. Интернет-пространство может предполагать особую видеоформу («кружки» в Telegram-каналах, короткоформатные видео в Instagram (принадлежит компании Meta, признанной экстремистской и запрещённой на территории РФ)).

Коммуникативная ситуация, центральным элементом которой является видеоизвинение, имеет следующий состав участников: адресант (тот, кто извиняется), адресат (тот, перед кем извиняется адресант), наблюдатель 1 (тот, кто смотрит видеоизвинение), наблюдатель 2 (тот, кто после просмотра видеоизвинения каким-то образом на него реагирует: ставит эмодзи, эмотиконы, комментирует, пересылает видеоролик и т. д., т. е. включается в акт коммуникации, давая «экспертную» оценку видеоизвинению). Общая коммуникативная ситуация видеоизвинения, таким образом, представляет собой конструкт, который включает в себя: видеоизвинение; указание количества его просмотров; знаки реагирования (лайки, дизлайки, эмодзи) и указание их общего количества; комментарии и указание их количества; указание, сколько раз ролик пересыпали. Каждый из ком-

понентов коммуникативной ситуации содержит в себе определенный «квант» информации. Компоненты коммуникативной ситуации могут варьироваться в зависимости от конкретной платформы, на которой было размещено видеоизвинение.

Коммуникативные ситуации конкретных видеоизвинений сохраняются в интернете несколько лет. Пользуясь бюрократическим языком, можно сказать, что они задокументированы, и обладают некоей правовой основой. Так, в случае повторного требования извиниться за какой-либо проступок прошлого адресант может сказать: «Я за это уже извинялся. В интернете есть мое видеоизвинение. Инцидент исчерпан».

Жанр видеоизвинений рассчитан не только, а иногда и не столько на адресата, но и на наблюдателей. Некоторые платформы позволяют адресанту регулировать включенность наблюдателей, а также их деятельность. Можно закрыть наблюдателям доступ к видеоизвинению, и в этом случае оно становится межличностным (адресант \Rightarrow адресат). Можно открыть к нему доступ, но закрыть доступ к комментариям (адресант \Rightarrow адресат \Rightarrow наблюдатель). Обычно это делается, если адресант предвидит большое количество негативных реакций (хейта). Наконец, адресант может сделать свое видеоизвинение открытым как для просмотра, так и для комментариев наблюдателей (адресант \Leftrightarrow адресат \Leftrightarrow наблюдатель). Предметом нашего анализа являются последние два типа коммуникативных ситуаций.

Современные видеоизвинения в большинстве своем вынужденные и могут рассматриваться как разновидность добровольно-принудительного наказания, связанного с временной потерей социального лица. Они появляются, когда адресанту приходится реагировать на эксплицитно или имплицитно выраженные требования извиниться. Запись видеоизвинений, как правило, происходит вследствие каких-л. вербальных или невербальных действий адресанта, резко негативно оцениваемых социумом, какой-л. группой людей или известной медийной личностью, часто обличенной властью. К последним можно отнести серию извинений перед Рамзаном Кадыровом, инициируемых лично им либо от его имени.

Действия, вызвавшие негативный общественный резонанс, вынуждают адресанта прибегать к видеоизвинениям. Общественный резонанс выступает как своего рода регулятор современных этических норм, а также

вежливого поведения и вежливой коммуникации. Функционально извинения на камеру служат средством восстановления репутации, предотвращают разрастание конфликта и (что немаловажно) снижают высокий риск потери финансирования за счет рекламы, публичных выступлений, поскольку значительная часть видеоизвинений записывается публичными людьми, которые делают карьеру и зарабатывают деньги в публичном (часто сетевом) пространстве. Имиджевые потери могут сказываться на их карьере и на их заработках.

Жанрообразующую роль в видеоизвинениях играет то обстоятельство, что извинение записывается на камеру и размещается в соцсетях. Это позволяет воспринимать речь адресанта на слух (тембр голоса, артикуляция, интонация), а также визуально (мимика, направленность взгляда, (возможно) жесты, поза). Кроме того, объектом восприятия также является общий фон, на котором пишется извинение, одежда адресанта, ее цвет (часто в стиле минимализма), прическа, макияж (обычно у женщины; типично его отсутствие). Все это вкупе с риторическим по своей природе и (часто) срежиссированным текстом позволяет создать образ приносящего извинение адресанта, цель которого – оказать соответствующее воздействие и на адресата, и на стороннего наблюдателя. В качестве примера можно привести извинение комика Азамата Мусагалиева за снятый в 2014 г. комедийный скетч из юмористического шоу «Однажды в России», где прозвучала шутка о якутских женщинах (июль 2021)¹. Видеоизвинение можно рассматривать как поликодовый жанр со включенными в него элементами театрального действия.

Следует при этом отметить, что два обстоятельства: а) вынужденность действия, связанная с потерей социального лица, и б) большая значимость факта извинения, чем вопрос о его искренности, – могут приводить к воспроизведству максимально лаконичных, а иногда нарочито небрежных форм видеоизвинений. Их общую стратегию можно определить примерно так: «Я сделал/а то, что требовали, и хватит об этом». Например, рэпер Гуф (реальное имя Алексей Долматов) в ролике с извинениями за некорректное слово, которым он назвал чеченских женщин в интервью Ксении Собчак (октябрь 2019)², говорит: «Этого слова в моем обиходе нет. Хочу принести свои извинения кавказским женщинам. Не должен я был такого говорить. Мужчины так не поступают. Я постоянно ошиба-

¹ Азамат Мусагалиев извинился перед якутскими женщинами [видеозапись] // YouTube. URL: <https://youtu.be/RxMMjk2ovDY?si=aOGQE1l6mIJ-0z> (дата обращения: 10.04.2025).

² ГУФ извинения Гуфа перед чеченцами [видеозапись] // YouTube. URL: https://youtu.be/XKi8P0FWqAA?si=rT1_GACACDjNc2Gw (дата обращения: 10.04.2025).

юсь, но как-то справляюсь. Еще раз прошу просить меня за произнесенное слово, в особенности у чеченского народа».

Общие предпосылки видеоизвинения в аспекте нарушения этических норм и правил вежливой коммуникации

Необходимость видеоизвинения обусловлена нарушением этических норм современного общества. Данные нарушения могут быть не-намеренными, то есть характеризовать стратегии не/антивежливости. К ним относятся: (а) неполиткорректные высказывания медийной личности, на которые аудитория в Интернете отреагировала отрицательно; (б) провокативное поведение или причастность к каким-либо событиям, которые вызвали неодобрение общества; (в) оскорбление или высказывания, принятые за оскорбление конкретной личностью или группой лиц. Предпосылки группы (в) отличаются от предпосылок группы (а) своим критическим или даже агрессивным настроем.

Иллюстрацией предпосылки (а) можно считать опубликованный блогером Эльдаром Джараховым в социальной сети X (ранее – Twitter) (социальная сеть заблокирована в РФ) твит (март 2018), которые многие посчитали русофобским и оскорбительным. Необдуманное высказывание блогера демонстрирует ненамеренное нарушение правил речевого этикета. Его можно охарактеризовать как невежливое (в отличие от антивежливых действий, предполагающих намеренность). Такие примеры конфликтной коммуникации, по мнению исследователей, в визуальном пространстве получают все большее распространение [19: 179]. Интересно, что между временем написания этого твита и вспышкой коллективного возмущения прошло три года. В видеоизвинении блогер определяет свой твит как идиотский³. Он рассказывает, что просто хотел пошутить, шутка вышла неудачной, он это понял практически сразу, извинился и удалил твит, но остались скриншоты, которые и вызвали возмущение. Далее он говорит, что хочет извиниться еще раз, но уже на видео, «чтобы это осталось в интернете». Здесь акцентировано внимание на «задокументированности» (сохраняется в интернете) и некоей правовой основе извинения на камеру, о которых речь

шла выше: на видеоизвинение можно не только ссылаться, но его можно и предъявлять «в готовом виде», если вдруг возникнет новая волна возмущения по поводу той же самой ситуации.

Предпосылку (б) можно проиллюстрировать «голой вечеринкой», которую устроила блогер и ведущая Анастасия Ивлеева (декабрь 2023 г.) и которую она задумывала как арт-проект. Почти все медийные личности, замеченные на мероприятии, записывали видеообращения, публиковали посты в официальных социальных сетях с целью извиниться и оправдаться. Резкое возмущение вызвал сам жанр провокации: демонстрация откровенных нарядов, дорогих украшений. На фоне проводимой СВО это рассматривалось как проявление антипатриотизма. В видеоизвинениях, которые записывали артисты, использовалось слово ошибка: Я осознаю совершенную мною ошибку (Ф. Киркоров, декабрь 2023 г.)⁴; Знаете, чем живой человек от мертвого отличается? Живой анализирует происходящее, понимает, делает выводы, работает над ошибками (Лолита, декабрь 2023 г.)⁵. Также использовалось клише извиняюсь: Могу сказать вам за себя, друзья мои. Я точно никого не хотела обидеть или оскорбить. Если кого-то задел мой внешний вид, я за это извиняюсь. Я люблю свою страну. Я журналист, который работает в России и хочу, чтобы все знали, что я не хочу вызывать вот это ощущение ненависти и злости по отношению ко мне или к другим артистам из-за вот такой глупой случайности (К. Собчак, декабрь 2023 г.)⁶. Видеоизвинение А. Ивлеевой выдержано в режиме покаяния запутавшейся и до сих пор не повзрослевшей девчонки. В нем есть (или ему придана?) некоторая спонтанность живой эмоциональной речи, обращенной к аудитории подписчиков⁷: <...> нужно быть внимательным, нужно быть открытым, и особенно, когда ты имеешь аудиторию восемнадцать миллионов человек и так далее. Просните. И я считаю, что эта ситуация, она должна была, наверное, быть, чтобы кармически, да и вообще по всем фронтам, поставить меня на место, вернуть в реальность. И, простите, забыла, я не закончила мысль по поводу детей,

³Эльдар Джарахов извинился за оскорбительные твиты о русских [видеозапись] // YouTube. URL: <https://youtube.com/shorts/t7AmvtB8PKk?si=rQqDeR9F2LDiKgNp> (дата обращения: 05.04.2025).

⁴Видео от Филиппа Киркорова [видеозапись] // VK Видео. URL: https://vk.com/video273251945_456239662 (дата обращения: 03.04.2025).

⁵Видео в телеграм-канале «Лолита Милявская» [видеозапись] // Telegram. URL: <https://t.me/lolitamilyavskaya/453> (дата обращения: 03.04.2025).

⁶Видео в телеграм-канале «СОБЧАК» [видеозапись] // Telegram. URL: <https://t.me/ksbchk/21677> (дата обращения: 03.04.2025).

⁷Видео в телеграм-канале «Настя Ивлеева» [видеозапись] // Telegram. URL: <https://t.me/ivleeva360/5162> (дата обращения: 25.02.2025).

что... А, ну да, что я... Нет, я ее закончила. В общем, мне... Мне очень жаль, что так произошло...

Предпосылку (в) может иллюстрировать онлайн-интервью, которое дала телеведущая и блогер Регина Тодоренко журналу *PeopleTalk* (апрель 2020)⁸. В интервью она высказалась о домашнем насилии, назвав психологически больными женщин, которые на камеру рассказывают о том, что их бьют мужья. Она обратилась к ним с риторическими вопросами: *А что ты сделала для того, чтобы он тебя не бил?* *А что ты сделала для того, чтобы он тебя ударил?* В данном случае агрессивные высказывания были вполне осознанным актом и отражали мировоззренческую позицию Регины. Их можно охарактеризовать как неэтичные и антивежливые. Видеозапись интервью была опубликована в сети 23 апреля, а к вечеру 25 апреля более семи тысяч пользователей поставили отметку «Не нравится». Также под размещенным видео появились негативные комментарии. Высказывание осудили многие коллеги Регины, ее лишили титула «Женщина года» (2019), которым ее удостоил журнал *Glamour* (российская версия). От сотрудничества с ней отказались крупные рекламодатели. Общественное мнение вынудило Регину записать видеоизвинение, в котором она просит подписчиков высказаться, чем она может быть им полезна⁹: *Дорогие мои друзья, я прошу прощения за свои некорректные формулировки по поводу домашнего насилия. <...> Поэтому я очень прошу вас конструктивно высказаться под этим постом и также сказать мне, чем я могу быть полезна в данной ситуации.* Вечером того же дня она опубликовала пост на странице в *Instagram* (принадлежит компании *Meta*, признанной экстремистской и запрещенной на территории РФ), в котором идея раскаяния была выражена более эксплицитно¹⁰. В новый нарратив Регины были включены такие маркеры извинения и раскаяния: *«оступилась и ошиблась»*; *«прошу простить, «если такое можно простить»*; *«Я благодарна своему глупому языку за то, что стала триггером, который помог десяткам тысяч женщин высказаться. Спасибо, что вы показали мне гнусные реалии»*,

о которых я даже не подозревала в силу своей неосведомленности и необразованности».

Индивидуализация видеоизвинений как форма искренности

Описание жанра публичных извинений, как было показано выше, включает вопрос об искренности самого действия. *Извинение* входит в общий тематический ряд с *раскаянием* и *покаянием*. Искреннее раскаяние сопряжено с «обнажением» души [20: 189], под которым можно понимать выражение самых интимных, сокровенных переживаний, относящихся к внутреннему миру человека и обычно не предназначенных для широкой публики. Одной из популярных речевых тактик, связанных с выражением искренности, является уход от узнаваемых шаблонов, речевых клише и индивидуализация произносимого на камеру извинения в целом. Это достигается благодаря использованию авторских метафор, выстраиванию текста на основе сквозных мотивов, а также при помощи других риторических приемов. Так, Филипп Киркоров свое присутствие на вечеринке Анастасии Ивлевой объясняет следующим образом: *В жизни каждого человека бывают моменты, когда зашел не в ту дверь*¹¹. Анастасия Ивлева прибегает к разным средствам индивидуализации, противопоставляя образ *старой Настюшки* себе сегодняшней. У *старой Настюшки* была связь с аудиторией, у сегодняшней – эта связь утратилась, *стерлась в погоне за какими-то благами, за регалиями, за звездочками, за достижениями*. Извинение интимизируется за счет метафоры «связи с подписчиками» и «пропасти», которая появилась между сторонами за последние годы. Анастасия называет свою историю примером для других и использует яркое устойчивое выражение, чтобы предостеречь: *сегодня ты на коне, а завтра – на дне*. Видеоизвинение завершается словами: *Говорят, Россия умеет прощать*¹².

Выложив видео в свой официальный телеграмм-канал, Анастасия Ивлева закрыла комментарии, лишив подписчиков возможности обсуждать и словесно реагировать на ее заявление.

⁸Регина Тодоренко и Влад Топалов – О хайпе на разводах и правах мужчин [видеозапись] // YouTube. URL: https://youtu.be/UmNuEgsTtvU?si=_ML1UWYf57rnUvw7 (дата обращения: 01.04.2025).

⁹Регина Тодоренко извинилась за слова о домашнем насилии [видеозапись] // YouTube. URL: https://youtu.be/OzTXwmthWMs?si=NeTeTNYX86OsqS_j (дата обращения: 10.04.2025).

¹⁰Публикация на странице пользователя @reginatodorenko. URL: https://www.instagram.com/p/B_aX5oSj4Tf/ (дата обращения: 10.04.2025).

¹¹Видео от Филиппа Киркорова [видеозапись] // VK Видео. URL: https://vk.com/video273251945_456239662 (дата обращения: 03.04.2025).

¹²Видео в телеграм-канале «Настя Ивлева» [видеозапись] // Telegram. URL: <https://t.me/ivleeva360/5162> (дата обращения: 25.02.2025).



Публикация в телеграм-канале Анастасии Ивлеевой
Publication in the Telegram channel of Anastasia Ivleeva

Подписчикам остался единственный способ реагирования: эмодзи и лайки. Лидирующая реакция (поставили 31.7 тысяч человек) – смеющийся до слез смайлик. Вторая по популярности – стандартный лайк (31.3 тысяч человек), третья – расстроенный смайлик со слезой (3.5 тысяч человек). Мнение аудитории, таким образом, разделилось почти пополам: иллютивная цель – сочувствие и прощение – была достигнута лишь частично. Видеоизвинение адекватно восприняла примерно половина подписчиков. Значительная часть аудитории Анастасии Ивлеевой отнеслась к нему на смешливо. Следует отметить, что в медийном поле видеоизвинениям часто не верят.

Монологические и вопросно-ответные извинения

Рассмотренные выше примеры видеоизвинений можно отнести к монологическим. Существуют также вопросно-ответные видеоизвинения. В монологических видеоизвинениях их вынужденный характер выражен имплицитно. При этом он может варьироваться: от высокого – в резонансных ситуациях, до низкого – в нерезонансных ситуациях соответственно. Вопрос о возможных формах

интернет-буллинга, угроз адресанту при отказе от извинения в данном случае мы выносим за скобки.

Вопросно-ответные видеоизвинения по своему характеру принудительны, и принудительность выражена эксплицитно. В Интернет их, в частности, выкладывают органы исполнительной власти. Общая схема участников коммуникативной ситуации дополняется еще одним персонажем – спрашивающим. Коммуникативная ситуация имеет следующую конфигурацию: спрашивающий \Leftrightarrow адресант \Leftrightarrow адресат \Leftrightarrow наблюдатель. Между спрашивающим и адресантом устанавливаются иерархические отношения. В терминах Р. Барта [21] спрашивающий пользуется языком власти (эндократический язык), адресант – языком безвластия (акратический язык). Вопросно-ответные извинения сближаются с жанром чистосердечного признания, осуществляемого в институциональной коммуникации¹³.

Примером вопросно-ответного извинения может служить видеоизвинение певца Шарлота после того, как его задержала полиция. Причиной задержания послужило выложенное Шарлотом в сеть видео (июнь 2023), на котором он сжигает свой паспорт. Полицейский (его не видно в кадре) задает Шарлоту вопросы, на которые тот кратко и протокольно отвечает: – *Ты раскаиваешься в содеянном?* – *Да. Простите.* – *Что-то еще, может, хочешь добавить?* – *Я больше так не буду* (ноябрь 2023)¹⁴. Клише *Я больше так не буду* отсылает к образу провинившегося ребенка. Записанный на камеру и выложенный в сеть диалог с полицейским можно рассматривать как ритуальную форму наказания.

Жанр видеоизвинения в контексте жанра пародии

Популярность публичных извинений и видеоизвинений, в частности, привлекает к ним внимание пародистов. В пародиях обыгрываются стандартные формулировки извинений на камеру, темп речи, интонация и другие суперсегментные характеристики. В массмедиа существует несколько таких пародий.

Например, после съемок шоу «Вопрос ребром» рэпер Баста (реальное имя Василий Вакуленко) в шутливой форме извиняется перед блогером Димой Масленниковым в том, что «постоянно перебивал» его. Извинение последовало после того, как зрители обвинили в этом Басту. Баста говорит: *Дим, прости меня, пожалуйста. Я только сейчас осознал, насколько же я жестокий, черствый и очень*

¹³Подробнее о чистосердечных признаниях см. [20].

¹⁴Видео в телеграм-канале «Екатерина Мизулина» [видеозапись] // Telegram. URL: https://t.me/ekaterina_mizulina/6107 (дата обращения: 20.03.2025).

непрофессиональный человек. Давай сделаем так. Если есть возможность, хотя бы какая-то надежда исправить эту ситуацию, я предлагаю переснять программу «Вопрос ребром», где будешь говорить только ты¹⁵.

Баста выбирает типичные для видеоизвинений суперсегментные единицы: говорит размежеванным голосом, тяжело вздыхает, добавляет неуверенную интонацию. Таким образом рэпер пародирует стандартную модель коммуникации, которая стала присуща роликам. Наличие пародий на видеоизвинения – одно из косвенных свидетельств сформированности жанра.

Заключение

Речевой жанр видеоизвинения набирает популярность в интернет-пространстве и получает специфические жанровые характеристики. Его особенности связаны с выбираемым каналом коммуникации, возможностями распространения и сохранения информации в сфере сетевой публичности. На появление и развитие жанра влияет цифровой контекст. Видеоформат становится способом обращения к аудитории и/или к конкретному лицу, которое в этом случае упоминается в публикации или в самом видео. В рамках коммуникативной ситуации помимо адресанта и адресата участвует наблюдатель – по сути любой пользователь, который может увидеть ролик, а также отреагировать на него.

Причины записи извинений на камеру обусловлены сознательным или неосознан-

ным нарушением этических норм (высказывания, действия, «неподобающее» поведение и т. д.), а также норм вежливой коммуникации. Общественный резонанс, эксплицитно или имплицитно выраженные требования извиниться вынуждают адресанта реагировать соответствующим образом. Извинения на камеру можно рассматривать как добровольно-принудительное наказание, следствием которого является временная потеря адресантом социального лица. Цель успешного видеоизвинения – восстановление репутации, предотвращение конфликта. Сам факт принесения извинения может быть важнее получения ответной реакции или доказательства истинности раскаяния.

В статье были выделены и охарактеризованы два вида извинений на камеру: монологические и вопросно-ответные. При достижении иллоктивной цели они различаются использованием разных речевых стратегий. В монологических видеоизвинениях важную роль играет индивидуализация, некоторый отход от шаблона, в том случае, если адресант ставит своей целью солидаризацию с аудиторией. В вопросно-ответных видеоизвинениях ведущую роль играет общий шаблон, в полной мере используются речевые клише, как необходимый компонент социального ритуала.

Речевой жанр видеоизвинений наследует практики межличностных и публичных извинений и вместе с тем приобретает новые черты, продиктованные цифровизацией коммуникации и новой сферой функционирования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Брагина Н. Г., Васютина Е. В. Речевой акт извинения в контексте современной сетевой публичности // Вестник РГГУ. Сер. «Литературоведение. Языкоизнание. Культурология». 2024. № 8. С. 42–55. <https://doi.org/10.28995/2686-7249-2024-8-42-55>
2. Сёрль Дж. Р. Классификация иллоктивных актов // Новое в зарубежной лингвистике. 1986. Вып. 17. С. 170–194.
3. Капустина Е. Л., Хонинева Е. А. «Извинистан»: публичные извинения и моральный порядок в современном Дагестане // Этнографическое обозрение. 2023. № 2. С. 111–133. <https://doi.org/10.31857/S0869541523020069>
4. Riepl W. Das Nachrichtenwesen des Altertums mit besonderer Rücksicht Jahraus: Medienwissenschaft und Medientheorie. Seite 8 auf die Römer. Hildesheim : Olms, 1972. 478 р.
5. Дементьев В. В. Теория речевых жанров. М. : Знак, 2010. 600 с.
6. Лакофф Р. Прагматика публичного извинения // Жанры речи : сб. науч. ст. Саратов: ИЦ «Наука», 2007. Вып. 5. С. 183–192.
7. Хархордин О. В. Обличать и лицемерить: генеалогия российской личности. СПб. : Изд-во Европейского ун-та в Санкт-Петербурге, 2002. 511 с.
8. Brooks R. L. When Sorry Isn't Enough: The Controversy Over Apologies and Reparations for Human Injustice. N. Y. : New York University Press, 1999. 536 р.
9. Drew P., Hepburn A., Margutti P., Galatolo R. Introduction to the Special Issue on Apologies in Discourse // Discourse Processes. 2016. Vol. 53 (1-2). P. 1–4.
10. Fassin D. The Ethical Turn in Anthropology: Promises and Uncertainties // HAU: Journal of Ethnographic Theory. 2014. Vol. 4, № 1. P. 429–435.
11. Lakoff R. T. Nine Way of Looking at Apologies: The Necessity for Interdisciplinary Theory and Method in Discourse Analysis // Handbook of Discourse. 2001. Vol. 2. P. 199–214. <https://doi.org/10.1002/9780470753460.ch11>
12. Gibney M., Howard-Hassmann R. E., Coicaud J.-M., Steiner N. The Age of Apology: Facing Up to the Past. Philadelphia : University of Pennsylvania Press, 2008. 344 р.
13. Кошарова Н. Н. Публичное извинение: вчера, сегодня, завтра // Жанры речи. 2020. № 3 (27). С. 214–

¹⁵Баста извинился перед Димой Масленниковым! [видеозапись] // YouTube. URL: <https://youtube.com/shorts/3BWytZ2Y2Es?si=r6E2dNLiOXofkKuq> (дата обращения: 08.04.2025).

221. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2020-3-27-214-221>
14. Кошкова Н. Н., Яковлева Е. М. Дискурс новой эмоциональности: коммуникативные практики цифровой реальности // Политическая лингвистика. 2019. № 5 (77). С. 147–152. <https://doi.org/10.26170/pl19-05-15>
15. Ратмайр Р. Прагматика извинения: Сравнительное исследование на материале русского языка и русской культуры. М.: Языки славянской культуры, 2003. 273 с.
16. Брагина Н. Г. Речевые клише: аспекты лингвистического изучения // Русский язык за рубежом. 2023. № 5 (300). С. 10–15.
17. Ратмайр Р. Стратегии снятия или смягчения конфликта: потенциал речевого акта извинения в аспекте межкультурной прагматики // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкоznание. 2020. Т. 19, № 1. С. 6–17. <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.1.1>
18. Frevert U. Ehrenmänner. Das Duell in der bürgerlichen Gemeinschaft. München: Beck, 1991. 376 р.
19. Шульгинов В. А., Мустафин Р. Ж., Тиллабаева А. А. Регулярная (не)вежливость в интернет-коммуникации: к вопросу о дискурсивном сдвиге в использовании этикетных формул благодарности // Культура и текст. 2022. № 1 (48). С. 177–187.
20. Панченко Н. Н. «Чистосердечное признание» в институциональной и бытовой коммуникации: речевой жанр или речевой поступок // Жанры речи. 2022. Т. 17, № 3 (35). С. 186–193. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2022-17-3-35-186-193>, EDN: VFLKLU
21. Барт Р. Разделение языков // Избранные работы: Семиотика: Поэтика / переводы с французского. М.: Прогресс, 1989. С. 519–534.

REFERENCES

1. Bragina N. G., Vasyutina E. V. Apology speech act in the context of modern online publicity. *RSUH/RGU Bulletin. Literary Theory. Linguistics. Cultural Studies Series*, 2024, no. 8, pp. 42–55. <https://doi.org/10.28995/2686-7249-2024-8-42-55> (in Russian).
2. John R. Searle. A classification of illocutionary acts. *Language in Society*, 1976, no. 5, pp. 1–23.
3. Kapustina E. L., Khonineva E. A. The “Sorrystan”: Public Apologies and Moral Order in Today’s Dagestan. *Ethnographic Review*, 2023, no. 2, pp. 111–133. <https://doi.org/10.31857/S0869541523020069> (in Russian).
4. Riepl W. *Das Nachrichtenwesen des Altertums mit besonderer Rücksicht Jähraus: Medienwissenschaft und Medientheorie. Seite 8 auf die Römer*. Hildesheim, Olms, 1972. 478 р.
5. Dementyev V. V. *Teoriya rechevykh zhannov: monografija* [Theory of speech genres: Monograph]. Moscow, Znak, 2010. 600 p. (in Russian).
6. Lakoff R. Apologies as Language Politics. *Zhanyr rechi: sb. nauch. st.* [Speech Genres: Coll. of sci. arts]. Saratov, ITs “Nauka”, 2007, iss. 5, pp. 183–192 (in Russian).
7. Kharkhordin O. V. *Oblichat’ i litsemerit’: genealogija rossiskoj lichnosti* [To expose and to be hypocritical: The genealogy of the Russian personality]. Saint Petersburg, Saint Petersburg European University at St. Petersburg Publ., 2002. 511 p. (in Russian).
8. Brooks R. L. *When Sorry Isn’t Enough: The Controversy Over Apologies and Reparations for Human Injustice*. New York, New York University Press, 1999. 536 p.
9. Drew P., Hepburn A., Margutti P., Galatolo R. Introduction to the Special Issue on Apologies in Discourse. *Discourse Processes*, 2016, vol. 53 (1-2), pp. 1–4.
10. Fassin D. The Ethical Turn in Anthropology: Promises and Uncertainties. *HAU: Journal of Ethnographic Theory*, 2014, vol. 4, no. 1, pp. 429–435.
11. Lakoff R. T. Nine Way of Looking at Apologies: The Necessity for Interdisciplinary Theory and Method in Discourse Analysis. *Handbook of Discourse*, 2001, vol. 2, pp. 199–214. <https://doi.org/10.1002/9780470753460.ch11>
12. Gibney M., Howard-Hassmann R. E., Coicaud J.-M., Steiner N. *The Age of Apology: Facing Up to the Past*. Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 2008. 344 p.
13. Koshkarova N. N. Public apology: Yesterday, today, tomorrow. *Speech Genres*, 2020, vol. 3 (27), pp. 214–221. (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2020-3-27-214-221>
14. Koshkarova N. N., Yakovleva E. M. Discourse of new emotionality: Communicative practices of digital reality. *Political Linguistics*, 2019, no. 5 (77), pp. 147–152 (in Russian). <https://doi.org/10.26170/pl19-05-15>
15. Rathmayr R. *Pragmatik der Entschuldigungen. Vergleichende Untersuchung am Beispiel der russischen Sprache und Kultur*. Köln, Weimar, Wien, Böhlau Verlag, 1996. 243 S. (in German).
16. Bragina N. G. Speech cliches: Aspects of linguistic study. *Russian Language Abroad*, 2023, vol. 5 (300), pp. 10–15 (in Russian).
17. Rathmayr R. Strategies of Conflict Resolution and Mitigation: The Potential of the Speech Act of Apologizing in the Perspective of Intercultural Pragmatics. *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 2020, vol. 19, no. 1, pp. 6–17 (in Russian). <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.1.1>
18. Frevert U. *Ehrenmänner. Das Duell in der bürgerlichen Gemeinschaft*. München, Beck, 1991. 376 S. (in German).
19. Shulginov V. A., Mustafin R. Zh., Tillabaeva A. A. Regular im/politeness in internet communication: Discursive shift in using etiquette formulas of gratitude. *Culture and Text*, 2022, vol. 1 (48), pp. 177–187 (in Russian).
20. Panchenko N. N. “Frank confession” in institutional and everyday communication: Speech genre or speech action. *Speech Genres*, 2022, vol. 17, no. 3 (35), pp. 186–193 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2022-17-3-35-186-193>, EDN: VFLKLU
21. Barthes R. *The Division of Languages (in The Rustle of Language)*. Berkeley and Los Angeles, University of California Press, 1989, pp. 111–124.

Поступила в редакцию 22.04.2025; одобрена после рецензирования 19.05.2025; принята к публикации 19.05.2025; опубликована 30.09.2025

The article was submitted 22.04.2025; approved after reviewing 19.05.2025; accepted for publication 19.05.2025; published 30.09.2025

Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 319–326

Speech Genres, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 319–326

<https://zhanry-rechi.sgu.ru> <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-319-326>, EDN: WKLMD0

Научная статья

УДК 811.111(73)'27'38'42:004.738.5

Соотношение приватного и публичного в жанре читательского комментария

Е. М. Дубровченко

Белорусский государственный университет иностранных языков, Республика Беларусь, 220034,
г. Минск, ул. Захарова, д. 21

Дубровченко Елена Михайловна, кандидат филологических наук, доцент кафедры фонетики
и практики английской речи, dubrovchenko@tut.by, <https://orcid.org/0009-0006-0981-7801>

Аннотация. В статье анализируется читательский комментарий в американском медиадискурсе с целью выявления знаков приватности и публичности в данном жанре. Актуальность изучения читательского комментария объясняется его значимой ролью в формировании публичного пространства. В условиях стремительного развития цифровых технологий и социальных платформ жанр читательского комментария становится важным каналом для ведения публичных дискуссий по насущным вопросам и выражения личного мнения, что порождает проблему разграничения приватного и публичного в изучаемом жанре. Исследование проводилось на материале читательских комментариев к публикациям в он-лайн издании газеты «*New York Times*», опубликованных в августе-сентябре 2024 г., при помощи следующих методов: наблюдения, описания, контекстуального анализа, интерпретации и приема количественных подсчетов. В статье рассмотрено определение читательского комментария, его основные характеристики и функции. В ходе исследования были проанализированы способы идентификация личности пользователя, стиль языка, использование эмодзи и символов, обращения, тематика комментариев и лексические маркеры публичности и приватности. Установлены следующие знаки приватности: анонимность в выборе имени пользователя, использование языковых средств, характерных для разговорной речи, использование эмодзи, сокращенная дистанция общения, сообщение личной информации и выражение чувств в комментарии, обращения к автору статьи или одному из комментаторов, лексические маркеры *I, my, me*. К знакам публичности относятся следующие: указание настоящего имени пользователя, сообщения на общие темы, обращения к широкой аудитории, указание на важные социальные проблемы, лексические маркеры *park, people, we*.

Ключевые слова: приватное, публичное, речевой жанр, читательский комментарий, дистанция общения, медиатекст, медиадискурс

Для цитирования: Дубровченко Е. М. Соотношение приватного и публичного в жанре читательского комментария // Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 319–326. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-319-326>, EDN: WKLMD0

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Correlation of the private and public in the genre of the reader comment

Е. М. Dubrovchenko

Belarusian State University of Foreign Languages, 21 Zakharova St., Minsk 220034, Republic of Belarus

Elena M. Dubrovchenko, dubrovchenko@tut.by, <https://orcid.org/0009-0006-0981-7801>

Abstract. The article deals with the analysis of reader comments in American media discourse to identify the signs of privacy and publicity in this genre. The relevance of the study of reader comments is due to their significant role in the formation of the public sphere. With the rapid development of the digital technologies and social platforms, the genre of the reader comment has become an important channel for leading public discussions on vital topics and expressing personal opinions, which causes the problem of delineating the

private and public in the genre under study. The research was conducted using reader comments on articles published in the online edition of “New York Times” during August and September 2024. The methods employed included: observation, description, contextual analysis, interpretation, and quantitative counting techniques. The study examines the definition, key characteristics, and functions of reader comments. The analysis was aimed at the following aspects: user identity, language style, the use of emojis and symbols, forms of address, comment topics, and lexical markers of publicity and privacy. The following signs of privacy were identified: anonymity in username selection, the use of language typical of spoken speech, the use of emojis, reduced communication distance, sharing personal information and expressing emotions in comments, addressing the author of the article or one of the commentators, and lexical markers such as *I, my, me*. Signs of publicity include: providing the user’s real name, posting on general topics, addressing a broad audience, highlighting important social issues, and employing lexical markers such as *park, people, we*.

Keywords: the private, the public, speech genre, reader comment, communicative distance, media text, media discourse

For citation: Dubrovchenko E. M. Correlation of the private and public in the genre of the reader comment. *Speech Genres*, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 319–326 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-319-326>, EDN: WKLMD0

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Введение

Читательский комментарий является одним из активно развивающихся жанров медиадискурса в современном мире [1–3]. Актуальность анализа читательского комментария объясняется его популярностью, социальной значимостью и необходимостью всестороннего изучения его жанровых особенностей. Комментарии позволяют активно участвовать в обсуждении материалов, выражать свои мысли и влиять на восприятие широкой аудитории, что поднимает вопрос о границах приватного и публичного в условиях открытого общения.

В основу настоящего исследования положена концепция М. М. Бахтина о вторичных речевых жанрах [4], развиваемая В. В. Дементьевым [5] и др. исследователями. Развитие интернет-жанров, которыми сегодня пользуются миллионы людей происходит «буквально на наших глазах», причем многие из них формируются на базе неинтернет-жанров [6: 315–136]. Прототипом читательского комментария является жанр комментария, который выступает в качестве вторичного текстового образования по отношению к исходному тексту [7: 46].

Изучению читательского комментария посвящены работы ряда отечественных [1–3, 8–15] и зарубежных исследователей [16–19]. Читательский комментарий представляет собой реакцию читателя на сообщение о чем-либо, которая запечатлена на электронном носителе [11: 68]. Комментарии в Интернете сочетают в себе черты как устной, так и письменной форм общения. От устного общения они переняли неформальность, экономичность и эмоциональность, а от письменного – игру с формой и использование

графических возможностей интернет-сервисов [2: 67–68]. При анализе интернет-комментария необходимо учитывать текст, к которому оставлен комментарий [2: 67].

Направленность и адресованность читательского комментария многомерны: читательский комментарий может быть связан с исходным текстом, с другими комментариями или отсылать к внешним по отношению к размещенному материалу источникам [11: 69]. В. И. Карасик отмечает, что конститутивным признаком читательского интернет-комментария выступает «поддержание общения с заинтересованными собеседниками» [10: 79]. Основными функциями читательского комментария являются уточнение информации, оценка информации и самовыражение [Там же]. Б. Я. Мисонжников считает, что читательские комментарии не только дополняют основной текст, но и «создают особое семантическое и психоэстетическое пространство» [12: 109]. Комментаторы транслируют свое отношение к вопросу, показывают свои чувства, а также предлагают анализ фактов [Там же].

Приватность и публичность рассматриваются в нашем исследовании с позиций Э. Холла, установившего 4 вида персональной дистанции: 1) интимную; 2) личную; 3) социальную и 4) публичную [20: 116–125]. Если представить дистанцию общения в виде шкалы, то приватность и публичность будут располагаться на ее противоположных концах. В. И. Карасик полагает, что для читательских комментариев, как правило, характерна сокращенная дистанция общения [10: 79].

Цель настоящего исследования заключается в установлении соотношения приватного и публичного в жанре читательского комментария. Объектом исследования является жанр

читательского комментария в американском медиадискурсе.

Материал и методы исследования

Эмпирическим материалом исследования послужили комментарии к 3 публикациям в электронной версии газеты “New York Times”, размещенные на сайте www.nytimes.com. Критерием отбора публикаций послужило количество комментариев к ним. К публикации “Is a Disney Theme Park Vacation Still Worth the Price?” (автор Tariro Mzezewa) оставлено 1480 комментариев, к публикации “Walking From Manhattan to the Catskills on the ‘Long Path” (автор Casey Kelbaugh) – 471 комментарий, к публикации “7 Beautiful Places for Fall Foliage That Aren’t in New England” (автор Derek M. Norman) – 362. Количество комментариев указывает на актуальность темы и степень успешности текста. В нашем исследовании проанализировано 200 комментариев, отобранных методом случайной выборки. Отобранные комментарии оставлены разными пользователями.

На этапе анализа данных применялись методы наблюдения, описания, контекстуального анализа и интерпретации, которые позволили выделить, систематизировать и описать ключевые показатели приватности и публичности в составленном корпусе. К категории приватного мы отнесли использование элементов разговорного стиля, сообщение личной информации, чувств и субъективного мнения. К категории публичного – обсуждение фактов, общих тем, апелляции к широкой аудитории. На следующем этапе был проведен количественный подсчет приватных и публичных элементов для выявления числа комментариев, которые содержат знаки приватности и знаки публичности, что привело к установлению их соотношения. Частотность лексических маркеров приватности и публичности была установлена при помощи программы для создания и анализа корпусов AntConc.

Знаки приватности и публичности в читательских комментариях

Имя пользователя

Одним из ключевых индикаторов соотношения приватного и публичного в жанре читательского комментария является способ идентификации комментаторов – имя пользователя, или никнейм. В результате исследования были зафиксированы никнеймы 200 пользователей. Имена пользователей были разделены на 5 групп на основе степени идентифицируемости личности: 1) имя и фамилия; 2) имя и инициал(ы); 3) имя; 4) инициалы; 5) псевдонимы (таблица).

Соотношение приватного и публичного в именах пользователей

Table. Correlation of the private and public in usernames

Имя пользователя	Абсолютное значение	Процентное соотношение, %	Примеры
Имя и фамилия	34	17	Barbara Hofrichter, Neil Whitman
Имя и инициал(ы)	15	7,5	Amy Z, Ron T
Имя	61	30,5	Andy, Rebecca, Nick
Инициалы	26	13	AFW, DD, MCS
Псевдонимы	64	32	Airpilot, Army Vet
Итого	200	100	

Если пользователь оставляет комментарий, используя настоящее имя и фамилию, это указывает на публичную форму взаимодействия и готовность к открытому выражению своего мнения. В данном случае можно говорить о «публичной идентичности». В нашем исследовании такой способ идентификации предпочитается 17% пользователей. Выбор никнейма, частично маскирующего идентичность, отражает желание комментаторов сохранить некоторую приватность, находиться «между» полюсами приватности и публичности. К таким никнеймам относятся имя с инициалом (7,5%) и имя без фамилии (30,5%), т. е. в сумме – 38%. Наиболее многочисленная группа никнеймов в нашем исследовании – псевдонимы (32%), т. е. вымышленные обозначения, которые делают идентификацию личности практически невозможной. Также маловероятной является возможность идентифицировать пользователя по инициалам (13%). Таким образом, 45% пользователей стремятся сохранить приватность.

Стиль языка

Анализ материала исследования показал, что 98% комментариев принадлежат к разговорному стилю, который характерен для неофициальной обстановки и приватного пространства. Читатели воспринимают дискуссию как личную беседу и используют разнообразные средства, свойственные общению на сокращенной коммуникативной дистанции. К ним относятся **разговорные слова** (*kids, lad, rascal, terrific, crushed, weird, awesome* и др.).

фразовые глаголы и словосочетания (*be in, skinny dipping teen, lots of, far more so, slog through, aggressive eateries, cellphone captives, stashed deliveries, facade repair villainies* и др.), а также **обороты**, характерные для разговорной речи.

Judith Rabkin: Way back in the 50s I spent several summers at a camp on the Rondout River near the towns of High Falls and Kyserike. I'm glad to see it's still such a beautiful area, although at that time I knew nothing of the wonderful hiking trail described here¹.

Характерным признаком сокращенной коммуникативной дистанции является выражение просьбы при помощи повелительного наклонения, без использования *could you*.

Mofeff: Please share with us the map you used. We tried and got stuck with no trespassing signs. Thanks!

Следующим показателем сокращенной дистанции общения выступает использование **неполных предложений** в 50% комментариев.

Val: Thanks for sharing a first look at your magical journey from home to home. Looking forward to the upcoming book!

К разговорному стилю относится использование **сокращений** (*lol, info, imho, congrats, esp* и др.), которые в нашем исследовании используются в 47% комментариев:

David: @Julie F for paper maps and trails descriptions go to NYNJ Trail Conference site www.nynjtc.org. Same maps are available online on www.avenza.com. Imho, these are the best maps available.

Следующей характеристикой разговорной речи является использование **междометий** (7,5% комментариев).

Bostonian: Dang now all know and so goes a quiet hike...darn! Shhhh!!! next time!

Стиль 2% читательских комментариев можно охарактеризовать как нейтрально-информационный. Такие комментарии содержат определенные факты и сочетают научную терминологию с доступными формулировками.

bob: @amelia "Fishercat" or "fisher cat" is a misnomer. These vicious predators are correctly called fishers and are mustelids, members of the weasel family. They are not cats.

Использование эмодзи и символов

Ограниченнное или стратегическое использование эмодзи может указывать на более контролируемый, публично-ориентированный комментарий, где автор стремится к ясности и профессионализму. Частое использование эмодзи, мемов или других визуальных сим-

волов может указывать на неформальную форму общения. Анализ материала исследования показал нечастое использование эмодзи и символов (3,5% комментариев).

James: Thanks for this great article and description of the path! I've always wanted to do the whole thing, but have found the problem of no camping before Harriman a bit daunting. Good to know there are some workarounds. I'll do it one day:)

Обращение

Знаком публичности вступает **обращение к аудитории**, т. е. ко всем читателям. Такие обращения (*friends, everyone*) в нашем исследовании немногочисленны и используются в 1% комментариев.

Robert: It is a great country, easy to forget in election years. I have been to 5 of these locations and will try to a 6th this Fall, that in the Upper Peninsula of Michigan. Enjoy everyone.

Особого внимания заслуживает употребление предостережений, пожеланий и советов, поскольку они являются формой коммуникативного взаимодействия с аудиторией (24% комментариев).

Iou Andrews: If you're out in the woods leaf peeping please be aware of the ticks. They do drop out of trees as well. Light colored clothing, etc etc. Stay safe, stay healthy.

Публичный характер имеют комментарии, направленные на широкую дискуссию, например, вопросы к общей аудитории (20% комментариев).

Nancy: Nice mind visuals and atmosphere. But who made the long path – and why? Just curious.

К знакам приватности мы относим **обращения к автору** (1% комментариев) или **одному из читателей** (18% комментариев).

Carolyn Monastra: Casey, I first noticed your name under the photo and then it was a wonderful surprise to see the article was also by you. It's beautifully written and photographed. Thank you for bringing the light and lushness of the woods into my Brooklyn apartment this morning.

Таким образом, подавляющее большинство комментариев (45%) адресовано широкой аудитории в виде предостережений, советов, пожеланий и вопросов для дальнейшего обсуждения.

Тематика комментариев

Еще одним знаком, позволяющим судить о приватности или публичности читательского комментария, выступает тема комментария. Знаками публичности выступают общие темы.

¹Все цитируемые читательские комментарии в тексте статьи приводятся из он-лайн издания газеты "New York Times" (URL: www.nytimes.com/) с сохранением орфографии оригинала.

Комментарии, фокусирующиеся на общественных вопросах (43% комментариев), характеризуются минимальным самораскрытием, что подчеркивает публичный характер пространства. Такие комментарии могут содержать **информацию, уточняющую или дополняющую публикации** авторов или комментарии других читателей.

Human Being: Fabulous adventure and great video Deos and photos. There may be a typo, though, with the number for feet gained in elevation... perhaps should be 2,700 – not 27,000? I used to live in Nyack and now live at 6,000 feet elevation in Colorado, right beside a "fourteener" (14,000 ft high). The Catskills are much lower in comparison.

Некоторые читатели дают **ссылки на другие медиатексты или видео**, развивающие тему, предложенную автором.

Doug Terry: <...> If you'd like to see my interview about the neighbor's big hike, it is available on youtube at this link: <https://www.youtube.com/watch?v=-cuHbigrcCw>

Уточняющие комментарии содержат указания на общественные места отдыха, цены на развлечения, замечания о погодных условиях, описания природы.

Voter: It can depend on the weather. Some years, the colors disappoint, which can happen anywhere, even New England. Drought can cause less colors, with the leaves dropping off before they have a chance to turn colors. For some reason, Autumn 2023 was spectacular in Chicago's city parks. I didn't have to leave home to take in the splendor. The Chicago Tribune published a color front page aerial photo of dramatic fall colors at Promontory Point Park. That doesn't happen every year.

К знакам публичности можно отнести **апелляции к проблемам в американском обществе** таким, как рост цен на недвижимость, развлечения и экологические проблемы.

DonVitoC.: The Hudson Valley and Catskill regions don't need any more articles like this. We are drowning in real estate prices that have exploded because of folks "moving up" and buying in cash. The working and middle class of the region cannot afford homes anymore. Articles like this are part of the problem. You are inflating the real estate portfolios of the wealthy. Stop.

Знаками приватности выступают сообщения, в которых есть **информация о личной жизни комментатора** (57% комментариев).

В 25% комментариев читатели пишут о своих родственниках. В 15% из них они упоминают **членов семьи и родственников** (*husband, wife, parents, son, granddad, etc.*)

Roberta Natale: I enjoyed this adventure with you and shared your words and pictures with my husband ...who hates to read. Lyme disease has

robbed me of hiking so your story is mine to tell others about the Path.

В 10% комментариев употребляется собирательное *we* для обозначения членов семьи.

Monsieur Jimmy: We are heading for Provence! Great in Fall.

Многие читатели (20,5% комментаторов) делятся своим **личным опытом**:

AFW: Wow, thanks for sharing. This is something to aspire to. The farthest I've walked from my home in Washington Heights is the Croton Aqueduct trail, ~ 35 miles.

13% читателей пишут о **своих планах** и выражают желание или нежелание посетить места, о которых сообщает автор статьи.

Open G: Wonderful journey of an article. Made me wish I had the time, health and back to experience just some of this beautiful walk.

В 8% комментариев читатели рассказывают о своем **детстве**:

Jack Frost: I was born in the Bronx but raised in upstate NY, Glens Falls/Lake George. We spent many summers walking or horseback riding the wooded trails of the Adirondacks. It was a wonderful adventure. We could rent horses for \$2 a day from a ranch in West Glens Falls and then take the horses up the trails to Lake George. The rancher only asked that we stop and water the horses every two hours or so as the summers were hot and would take their toll on the horses. There were many creeks, some with deep pools and we'd go skinny dipping there too. The mountains and trails of NY are still there. If you haven't done them try it sometime. Either way, horseback or walking is the greatest adventure.

В содержании проанализированных комментариев можно выделить информацию о **месте жительства** (4,5% комментариев).

Doug: Thanks. I had no idea of this trail. I live in a small town in Virginia where Lewis and Clark started their expedition. Just down the road is a crossing path on the Appalachian Trail...

Читатели с удовольствием пишут о своих **увлечениях** (4% комментариев):

We love it here TOO much: Does Casey Kelbaugh have a trail name? Perhaps: Upper Case; Journal worm I appreciate escaping through this piece. I'm more of a cyclist, who occasionally day hikes.

Знаком приватности в читательских комментариях выступает выражение своих **чувств** (18% комментариев) (*glad, delighted, surprised, etc.*).

Len: A route map would have given me context & insights it. Surprised didn't include one.

Несмотря на публичность пространства, читатели чувствуют себя достаточно безопасно и активно раскрывают личную информацию.

Лексические маркеры приватности и публичности

К лексическим маркерам публичного пространства в проанализированных комментариях мы отнесли слова, обозначающие общественные места и группы людей: *park*, частотность употребления которого составила 64, *people* (13 употреблений) и местоимение *we* (7 употреблений).

Dave T.: You overlooked the Blue Ridge Parkway, which is gorgeous this time of year and connects the Shenandoah National Park in Virginia to the Great Smoky Mountains National Park in North Carolina, a distance of nearly 500 miles. The Great Smoky Mountains National Park is the most visited national park in the nation so I'm sure you failed to mention it, not wanting your readers to get caught up in crowds. That's awfully nice of you.

MCS: The prices go up and up, only to be asked for more money and watch others spending more get in front of you... it is a colossal waste of time and money, and long has been, now bordering on extortionate. Disgusting. That people are convinced or convince themselves to go into debt for it. Outrageous. Children have their own imagination, greater than anything that can be built, encourage them to use it.

Местоимение *we* позволяет комментатору заявить о своей принадлежности к некоторой общности или части штата, в котором он проживает.

Lyn: Please come to beautiful Vermont for one of the most amazing displays nature has to offer. Vermont is dependent on tourism, we are a small state with overwhelming beauty....

Лексическими маркерами приватности выступают местоимения *I*, *my*, *me*, частотность употребления которых составляют 160, 42 и 15 соответственно. Использование местоимений первого лица единственного числа свидетельствует о личной вовлеченности и субъективном восприятии. Употребление местоимения *I* указывает на выражение личного мнения или опыта.

RL: I have never been to Florida and I have no desire to go there.

Притяжательное местоимение *my* подчеркивает личную принадлежность или личное отношение к чему-либо.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бирюкова Е. В., Собянина В. А., Волкова Ю. В. Читательский комментарий в электронной версии журнала как жанр интернет-дискурса (на материале немецкого и русского языков) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов : Грамота, 2018. № 12 (90), ч. 1. С. 79–82. <https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-12-1.16>

Faye: @Kara Hawaii isn't cheap, either, but it was worth every dime for my family. Cannot say nearly the same about our last trip to Disney.

Местоимение *me* отражает направленность действия или внимания на себя.

Nancy D: In the first 6 months of the pandemic, the only thing that kept me sane was walking the little section of the long path that runs from Fort Lee to Englewood and back on a daily basis. It's such a lovely hidden treasure!

Выводы

В жанре читательского комментария широко используются знаки, присущие как публичному, так и приватному общению. Основными показателями приватности и публичности в жанре читательского комментария являются идентификация личности, стиль языка, использование эмодзи и символов, обращения, тематика комментариев и лексические маркеры. Количественный анализ позволил установить соотношение приватного и публичного и показал преобладание знаков приватности в изучаемом жанре.

Знаки приватности включают анонимность пользователя (45% комментаторов), использование языковых средств, характерных для разговорного стиля речи, присущего 98% комментариев, обращения к автору или одному из пользователей (19%), содержание приватной информации в комментарии (75% комментариев), выражение эмоций и чувств (18% комментариев).

К знакам публичности относятся указание реального имени пользователя (17% комментаторов), нейтрально-информационный стиль (2% комментариев), обращения к широкой аудитории (45%), общие темы и указание на важные социальные проблемы (43%).

Таким образом, приватное доминирует в жанре читательского комментария, общение комментаторов происходит на сокращенной дистанции, несмотря на то, что читатели незнакомы друг с другом и могут быть разного социального положения и статуса. Выбор такой дистанции может быть связан с культурными особенностями американского общества, где ценятся открытость, прямолинейность и демократичность общения.

2. Викторова Е. Ю., Пантеева К. В. Жанр интернет-комментария: аксиологический аспект // Жанры речи. 2023. Т. 18, № 1 (37). С. 66–73. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2023-18-1-37-66-73>, EDN: HGVVCL

3. Стексова Т. И. Комментарий как речевой жанр и его вариативность // Жанры речи. 2014. № 1–2 (9–10). С. 81–88.

4. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Собр. соч. : в 5 т. М. : Русские словари, 1996. Т. 5: Работы 1940–1960 гг. С. 159–206.

5. Дементьев В. В. Теория речевых жанров. М. : Знак, 2010. 600 с.
6. Балашова Л. В., Дементьев В. В. Русские речевые жанры : монография. М. : Издательский дом ЯСК, 2022. 832 с.
7. Карасик В. И. Комментарий как жанр герменевтического дискурса // Язык, коммуникация и социальная среда : сб. науч. тр. Вып. 7. Воронеж : Издатель О. Ю. Алейников, 2009. С. 32–47.
8. Булдакова Ю. В., Динер Е. В. Текст читательских комментариев к произведениям художественной литературы как источник изучения национального культурного кода // Текст. Книга. Книгоиздание. 2022. № 30. С. 95–112. <https://doi.org/10.17223/23062061/30/6>
9. Гималетдинова Г. К. О монологичности и диалогичности англоязычного читательского комментария // Вестник ТГПУ. 2012. № 3. С. 30–34.
10. Карасик В. И. Читательский комментарий как речевой жанр современной российской блогосферы // Жанры речи. 2024. Т. 19, № 1 (41). С. 79–89. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-1-41-79-89>, EDN: ETEOBH
11. Кирилина А. В. Интернет-жанр «комментарий читателя» // Вестник МГПУ. Серия «Филология. Теория языка. Языковое образование». 2015. № 1 (17). С. 67–76.
12. Мисонжников Б. Я. Читательский комментарий в сетевой версии газеты как метатекст (на материале публикаций немецкого таблоида «Bild») // Ученые записки ЗабГУ. Серия : Филология, история, востоковедение. 2015. № 2 (61). С. 106–110.
13. Самкова М. А. Инвектива в читательских комментариях // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2022, № 4 (47). С. 132–136. <https://doi.org/10.36622/AQMPJ.2022.39.17.020>
14. Филиппова М. П. Интернет-комментарий и сообщение на интернет-форуме: параметры жанрового разграничения // Вестник Удмуртского университета. Сер. История и филология. 2020. № 6. С. 1049–1053. <https://doi.org/10.35634/2412-9534-2020-30-6-1049-1054>
15. Щипицина Л. Ю. Жанровый статус сетевого комментария // Вестник Башкирского университета. Серия «Филология и искусствоведение». 2015. Т. 20, № 2. С. 528–532.
16. Friemel T. N., Dötsch M. Online reader comments as indicator for perceived public opinion // Kommunikationspolitik für die digitale Gesellschaft. 2015. P. 151–172. <https://doi.org/10.17174/dcr.v1.8>
17. Pinto-Coelho Z., Carvalho A., Castro Seixas E. News discourse and readers' comments: Expanding the range of citizenship positions? // Journalism. 2019. Vol. 20, № 6. P. 733–751. <https://doi.org/10.1177/1464884917707595>
18. Tenenboim O., Akiba A. C. What prompts users to click and comment: A longitudinal study of online news // Journalism: Theory, Practice & Criticism. 2015. Vol. 16, № 2. P. 198–217.
19. Weber P. Discussions in the comments section: Factors influencing participation and interactivity in online newspapers' reader comments // New Media & Society. 2014. Vol. 16, № 6. P. 941–957. <https://doi.org/10.1177/146444813495165>
20. Hall E. T. The Hidden Dimension. New York : Garden City, 1969. 217 p.

REFERENCES

1. Birjukova E. V., Sobyanina V. A., Volkova Yu. V. Reader's comment in online magazine as a genre of internet discourse (by the material of the German and Russian languages). *Philology. Theory and Practice*. Tambov, Gramota, 2018, no. 12 (90), part. 1, pp. 79–82 (in Russian). <https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-12-1.16>
2. Viktorova E. Yu., Panteeva K. V. An Internet comment as a speech genre: Axiological aspect. *Speech Genres*, 2023, vol. 18, no. 1 (37), pp. 66–73 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2023-18-1-37-66-73>, EDN: HGVVCL
3. Steksova T. I. Commentary as a speech genre and its variation. *Speech Genres*, 2014, no. 1–2 (9–10), pp. 81–88 (in Russian).
4. Bakhtin M. M. The Problem of Speech Genres. *Bakhtin M. M. Coll. works: in 5vols.* Moscow, Russkie slovari, 1996, vol. 5: Works 1940–1960, pp. 159–206 (in Russian).
5. Dementyev V. V. *Teoriya rechevykh zhanrov* [The Theory of Speech Genres]. Moscow, Znak, 2010. 600 p. (in Russian).
6. Balashova L. V., Dementyev V. V. *Russkie rechevyye zhanry* [Russian Speech Genres]. Moscow, Izdatel'skij dom JaSK, 2022. 832 p. (in Russian).
7. Karasik V. I. Commentary as a genre of hermeneutic discourse. *Language, Communication and Social Environment : Coll. sci. arts.* Voronezh, O. Yu. Aleynikov Publishers, 2009, iss. 7, pp. 32–47 (in Russian).
8. Buldakova Yu. V., Diner E. V. The text of readers' comments on works of literature as a source of studying the national cultural code. *Text. Book. Publishing*, 2022, no. 30, pp. 95–112 (in Russian). <https://doi.org/10.17223/23062061/30/6>
9. Gimaletdinova G. K. Monologue and dialogue in “reader comments” in the english language. *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 2012, no. 3, pp. 30–34 (in Russian).
10. Karasik V. I. Reader's comment as a genre of the modern Russian blog sphere. *Speech Genres*, 2024, vol. 19, no. 1 (41), pp. 79–89 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-1-41-79-89>, EDN: ETEOBH
11. Kirilina A. V. The internet genre “reader's comment”. *MCU Journal of Philology. Theory of Linguistics. Linguistic Education*, 2015, no. 1 (17), pp. 67–76 (in Russian).
12. Misonzhnikov B. Ya. Reader comment in the online version of the newspaper as metatext (based on publications of the German tabloid “Bild”). *Uchjonye zapiski ZabGU. “Philology, History, Oriental Studies” series*, 2015, no. 2 (61), pp. 106–110 (in Russian).
13. Samkova M. A. Invective vocabulary in readers' comments. *Actual Issues of Modern Philology And Journalism*, 2022, no. 4 (47), pp. 132–136 (in Russian). <https://doi.org/10.36622/AQMPJ.2022.39.17.020>
14. Filippova M. P. Internet comments and messages in Internet forum: Parameters of genre distinction. *Bulletin of Udmurt University. “History and Philology” series*, 2020, no. 6, pp. 1049–1053 (in Russian). <https://doi.org/10.35634/2412-9534-2020-30-6-1049-1054>
15. Shchipitsina L. Yu. Genre status of an online comment. *Bulletin of the Bashkir University. “Philology and*

Art History series, 2015, vol. 20, no. 2, pp. 528–532 (in Russian).

16. Friemel T. N., Dötsch M. Online reader comments as indicator for perceived public opinion. *Kommunikationspolitik für die digitale Gesellschaft*, 2015, pp. 151–172. <https://doi.org/10.17174/dcr.v1.8>

17. Pinto-Coelho Z., Carvalho A., Castro Seixas E. News discourse and readers' comments: expanding the range of citizenship positions? *Journalism*, 2019, vol. 20, no. 6, pp. 733–751. <https://doi.org/10.1177/1464884917707595>

18. Tenenboim O., Akiba A. C. What prompts users to click and comment: A longitudinal study of online news. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 2015, vol. 16, no. 2, pp. 198–217.

19. Weber P. Discussions in the comments section: Factors influencing participation and interactivity in online newspapers' reader comments. *New Media & Society*, 2014, vol. 16, no. 6, pp. 941–957. <https://doi.org/10.1177/1461444813495165>

20. Hall E. T. *The Hidden Dimension*. New York, Garden City, 1969. 217 p.

Поступила в редакцию 10.12.2024; одобрена после рецензирования 03.02.2025; принята к публикации 03.02.2025; опубликована 30.09.2025

The article was submitted 10.12.2024; approved after reviewing 03.02.2025; accepted for publication 03.02.2025; published 30.09.2025

Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 327–336

Speech Genres, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 327–336

<https://zhanry-rechi.sgu.ru> <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-327-336>, EDN: WWQKAX

Научная статья

УДК 811.161.1'27'38'42-048.93:004.738.5

Императивный интернет-комментарий как особый жанр конфликтной интернет-коммуникации

В. А. Шульгинов

¹Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20

²Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 117485, г. Москва, ул. Академика Волгина, д. 6

Шульгинов Валерий Александрович, кандидат филологических наук, ¹ведущий научный сотрудник лаборатории лингвистической конфликтологии и современных коммуникативных практик; ²старший научный сотрудник лаборатории исследований речевой коммуникации и категории вежливости, me@vshulginov.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2217-3677>

Аннотация. В статье рассматривается императивный интернет-комментарий как особый жанр конфликтного интернет-дискурса. Исследование проводилось на базе двух сообществ социальной сети «ВКонтакте», различающихся по структуре социальных связей: вертикального типа (официальное сообщество «ВКонтакте с авторами») и горизонтального типа («Новости звёзд шоу-бизнеса»). С применением автоматических методов сбора и анализа данных было установлено, что данный тип текста демонстрирует устойчивую негативную тональность (около 30% всех комментариев), конфликтный характер и экспрессивность языковых средств. В сообществах с вертикальной структурой императивный интернет-комментарий встречается в три раза чаще и преимущественно используется для критики представителей администрации платформы. Анализ иллокутивных характеристик показал, что в сообществе с вертикальной структурой преобладают призывы и реквестивы, тогда как в сообществе с горизонтальной структурой доминируют конфликтные высказывания, направленные на исключение «чужих» из коммуникации. Языковые особенности включают использование сниженных экспрессивных номинаций людей, искажение написания и элементы экспрессивного синтаксиса. Исследование позволяет обосновать выделение императивного интернет-комментария как самостоятельного речевого жанра и определить его специфику в различных типах интернет-сообществ.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, интернет-комментарий, интернет-жанр, реактивность, гибридность, императивный интернет-комментарий, сентимент-анализ, сообщество, конфликтная коммуникация

Благодарности. Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда (проект № 23-18-00238, <https://rscf.ru/project/23-18-00238/>).

Для цитирования: Шульгинов В. А. Императивный интернет-комментарий как особый жанр конфликтной интернет-коммуникации // Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 327–336. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-327-336>, EDN: WWQKAX

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Imperative internet comment as a special genre of conflict internet communication

V. A. Shulginov

¹National Research University ‘Higher School of Economics’, 20 Myasnitskaya St., Moscow 101000, Russia

²Pushkin State Russian Language Institute, 6 Akademika Volgina St., 117485 Moscow, Russia

Valery A. Shulginov, me@vshulginov.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2217-3677>

Abstract. The article examines the imperative internet comment as a special genre of conflict internet discourse. The research was based on the study of two communities of the social network “VKontakte”, differing in the structure of social connections: vertical type (official community “VKontakte with authors”) and horizontal type (“Showbiz stars news”). Using automatic methods of data collection and analysis, it was established that this type of text demonstrates a stable negative tonality (about 30% of all comments), confrontational character, and expressiveness of linguistic means. In communities with a vertical structure, imperative internet comments occur three times more frequently and are predominantly used to criticize platform administrators. Analysis of illocutionary characteristics showed the prevalence of appeals and requestives in a community with a vertical structure, and the dominance of conflict statements aimed at excluding “outsiders” from communication in a community with a horizontal structure. Linguistic features include the use of lowered expressive nominations of people, distorted spelling, and elements of expressive syntax. The research made it possible to justify the identification of the imperative internet comment as an independent speech genre and determine its specificity in various types of internet communities.

Keywords: internet communication, internet comment, internet genre, reactivity, hybridity, imperative internet comment, sentiment analysis, community

Acknowledgments. The reported study was funded by RSF (project 23-18-00238, <https://rscf.ru/project/23-18-00238/>).

For citation: Shulginov V. A. Imperative internet comment as a special genre of conflict internet communication. *Speech Genres*, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 327–336 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-327-336>, EDN: WWQKAX

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Введение

Стремительное развитие технологий оказывает заметное воздействие на социальные и дискурсивные практики, трансформируя принципы взаимодействия пользователей как в личном, так и в публичном коммуникативном пространстве. Этот процесс в значительной степени способствует возникновению новых жанров, генезис которых в русскоязычном дискурсе имеет различную природу. Как справедливо констатирует В. В. Дементьев, «одни из них заимствуются, хотя и не происходят “чистого” и механического переноса всех форм и тем более содержания на чужую культуру; другие развиваются и формируются на своей оригинальной национально-культурной почве» [1: 9]. В контексте подобного взаимодействия между реальными и виртуальными коммуникативными средами особую исследовательскую значимость приобретает анализ и описание гибридных речевых жанров, среди которых императивный интернет-комментарий занимает особое место.

Специфика этого жанра определяется экспансией конфронтационного общения в дискурсивные пространства виртуальных сообществ. Существуют различные подходы к объяснению причин возникновения конфликтов в интернет-коммуникации. Например, С. Хардакер отмечает, что «компьютерно-опосредованная коммуникация может позволить тем, кто разделен временем и пространством, общаться быстро и легко, но она не может (полностью) воспроизводить сигналы взаимодействия лицом к лицу, тем самым увели-

чивая вероятность недопонимания и, в свою очередь, конфликта» [2: 215]. Альтернативная исследовательская позиция интерпретирует активное использование агрессивных коммуникативных практик как средство самопрезентации «в агрессивных тонах» в условиях массового общения [3: 4]. На наш взгляд, стоит учитывать следующие факторы: принципиальная дистантность, контроль над параметрами социализации, желание быть заметными в ситуации бесконечно порождаемого полилога, а также очеркнуть круг «своих/чужих» для сохранения интересов и ценностей группы. Таким образом, стремление к социальной видимости, когда речь заходит о демонстрации групповых ценностей, становится одним из главных мотивов для оказания коммуникативного влияния на других пользователей.

Следует отметить, что интернет-комментарий как специфический коммуникативный феномен получил достаточно подробную характеристику в современных исследованиях: представлено его комплексное жанроведческое описание [4], проанализированы стилистические особенности [5], исследованы оценочные смыслы и конфликтогенный потенциал [6, 7], осуществлен анализ комментария как вариативного типа текста в различных дискурсивных практиках [8–11]. Таким образом, в научной литературе сложилась определенная традиция описания статуса и ключевых характеристик интернет-комментария. В рамках данной статьи мы обозначим лишь те положения, которые наиболее релевантны для нашего исследования.

Во-первых, вне зависимости от его реальной или виртуальной реализации комментарий имеет вторичную природу [12–13]. Это проявляется в существовании текста-основы, который становится стимулом для дальнейшего обсуждения или преобразуется в ходе последующего комментирования. В. И. Карасик выделяет функциональные аспекты существования комментария, подчеркивая, что его цель – разъяснение, подтверждение, уточнение и критическая оценка информации, содержащейся в исходном тексте [12: 46]. С. В. Ионова, в свою очередь, предполагает два типа отношений между комментарием и текстом-основой: а) адаптации, целью которых является приспособление речевого произведения к новым дискурсивным условиям его использования; б) интерпретативный тип, целью которых является семантическое преобразование элементов текста в соответствии с позицией автора [13]. Отметим, что в приведенных выше классификациях интенция воздействия не входит в набор обязательных для комментария функциональных признаков.

Во-вторых, специфической чертой интернет-комментария является его диалогичность и реактивность. Этот жанр ориентирован на активное продолжение коммуникации, что проявляется в его способности выступать в качестве ответа на предыдущий текст (например, на новостную статью или пост) и стимулировать дальнейшее обсуждение. Таким образом, каждый интернет-комментарий обладает способностью стать частью более сложной диалогической структуры, которую Т. Н. Колокольцева называет «информационно-комментарийным блоком» [4: 165]. Это свойство служит инструментом активного вовлечения пользователей в непосредственное формирование дискурса на информационных платформах.

В-третьих, следует обозначить гибридный характер речевого жанра интернет-комментария, который совмещает в себе черты традиционного комментария и особенности электронного дискурса, среди которых традиционно называются гипертекстуальность, интерактивность, мультимедийность, асинхронность, поликодовость в аспекте сочетания узальных норм письменной и разговорной речи [14, 15]. Гибридность жанра интернет-комментария находит отражение в его относительной автономности, что противоречит первым двум выделенным нами признакам. Как отмечает О. В. Лутовинова, описывая взаимосвязь между постом в сетевом дневнике и комментариями к нему, «дневниковый пост служит только отправной точкой для коммуникации в комментариях, которая тематически не обязательно совпадает с тем, что

отражается в самом посте» [16: 201]. В исследовании Л. Г. Ким, А. А. Рольгайзера также рассматриваются типы тематических дериваций комментариев-реакций по отношению к текстовым стимулам, среди которых исследователи выделяют центростремительные (т. е. сохранение тематической связи с исходным текстом) и центробежные тенденции, характеризующиеся тематическим «соскальзыванием» [11: 291].

В нашем исследовании мы предлагаем разработать дихотомию «комментарий – интернет-комментарий» и рассмотреть императивные интернет-комментарии (далее – ИИК) как особый тип текста. Исследователи по-разному оценивают возможность существования ИИК. Т. В. Колокольцева, например, считает, что основная цель жанра интернет-комментария – «выражение субъективного модуса адресата, его мнений и оценок» [4: 167]. Она также отмечает, что, с ее точки зрения, «императивная составляющая текстов данного жанра <...> является факультативной» [4: 167]. Большую роль императивной составляющей интернет-комментария отводит Т. И. Стексова, которая предлагает использовать термин «оценочно-императивный жанр» [9: 87]. Встречается также попытка выделения ИИК в отдельный текстовый класс. Так, Я. А. Дударева и Н. Н. Шпильная вводят термин «комментарий-обращение» для обозначения особого типа текстов, которые «оформлены как комментарии к посту представителя власти, но по содержанию представляют собой не просто вторичные тексты-реакции на пост-стимул, а содержат принципиально новую интенцию, связанную с сообщением о проблемной ситуации» [17: 55]. Впрочем, эти наблюдения ограничиваются наблюдением за политическим дискурсом в социальных сетях.

Методика

В рамках исследования мы рассмотрели характеристики ИИК на материале коммуникации в двух сообществах социальной сети «Вконтакте». В качестве основного источника мы выбрали сообщество «Вконтакте с авторами» (далее – ВСА) – официальное пространство «Вконтакте», созданное для поддержки и информирования создателей контента на платформе. Официальный статус группы подразумевает формирование дискурса, который в некоторой степени напоминает комментарии-обращения к представителям власти, как это было описано в исследовании Я. А. Дударевой и Н. Н. Шпильной [17]. Однако, несмотря на некоторые общие черты, эти дискурсы нельзя считать идентичными.

В сообществе ВСА мы видим классическое разделение акторов на агентов и клиентов

(терминология из [18: 14]), где в роли агентов выступают официальные представители платформы, а в роли клиентов – авторы контента. В этой диаде сложно однозначно определить иерархию между агентами и клиентами, так как, несмотря на контроль над функционированием платформы, основная, если не единственная, задача агентов – привлечение активной творческой аудитории. Таким образом, можно говорить лишь об очевидных ролевых различиях между участниками, причем клиенты обладают даже большей свободой выбора языковых средств в этом общении. Особенно ярко это проявляется в том, что клиенты используют явно агональную коммуникацию.

С целью подтверждения существования жанра ИИК вне контекста дискуссий в институционализированных сообществах, мы дополнительно изучили комментарии из сообщества «Новости звёзд шоу-бизнеса» (НЗШБ), которое формирует совершенно другую коммуникативную среду. В этой группе основное общение происходит между участниками, которые разделены на конкурирующие подгруппы, каждая из которых посвящена жизни и творчеству определённого артиста. Таким образом, в нашей статье мы рассматриваем сообщества двух типов: а) институционализированные сообщества с вертикальной структурой; б) сообщества с преимущественно горизонтальными связями.

Сбор и обработка данных проводились в несколько этапов с использованием специализированных библиотек языка программирования Python.

Первым шагом был автоматический сбор комментариев к последним публикациям в группах. В результате мы получили два примерно одинаковых по объему набора данных. В группе ВСА было собрано 949 комментариев к 10 постам, в группе НЗШБ – 1068 записей к 20 публикациям. Структура обоих наборов данных идентична и включает в себя следующие разделы: Имя, Пол, Текст, Количество лайков, Дата публикации. Для сохранения анонимности имена авторов были зашифрованы.

На втором этапе с помощью регулярных выражений была произведена автоматическая предобработка текстов комментариев, из которых были удалены все символы, кроме кириллических и латинских.

Затем мы использовали библиотеку *Stanza* [19] для морфологического анализа текстов. Наша цель заключалась в том, чтобы выявить только те комментарии, в которых содержатся императивные формы глаголов.

Однако наличие императива само по себе не может служить достаточным основанием для того, чтобы отнести весть интернет-комментарий к императивному типу. Мы также учитывали воздействующий характер всего сообщения, удаляя в ручном режиме комментарии с несколькими интенциями или омонимичные формы (например, имя Дава, которое было размечено моделью в качестве императива «давай»).

Наконец, была использована дообученная версия RuBERT [20] для задачи сентимент-анализа на русском языке, которая учитывает нейтральный, позитивный и негативный характер текстов.

В результате предобработки данных выделено 164 примера ИИК для группы ВСА и 55 примеров для группы НЗШБ. Количественный анализ выявил существенное различие в представленности ИИК между двумя типами сообществ: в институционализированных сообществах с вертикальной структурой доля ИИК составила 17,28% от общего объема соответствующего датасета, что более чем в три раза превышает аналогичный показатель для сообществ с преимущественно горизонтальными связями (5,15%). Однако это различие скорее служит критерием для определения типа сообщества. Представленность ИИК в различных социальных контекстах может служить маркером его устойчивости.

В дальнейшем описании языкового материала мы будем использовать подход, предложенный В. В. Дементьевым в статье «Оценочные метакомментарии в топе новостного браузера». Этот подход можно описать как начальный компонентный анализ, который включает в себя языковые семантические и прагматические компоненты [8: 21]. В ходе нашего анализа мы будем применять как количественные, так и качественные методы.

Результаты исследования

1. Прагматическая структура ИИК

Автор ИИК в сообществе ВСА характеризуется следующими параметрами: он позиционирует себя как давний пользователь социальной сети, активно пользуется ее функционалом, что находит отражение в большом наборе критических замечаний (зачем убрали кнопку загрузки из плейлистов, эти сторисы все равно по статистике никто не смотрит¹); хорошо знаком с историей развития платформы (вы накуралесили за 11 лет, ВК более 15 лет имел уникальный функционал, дизайн и интерфейс, почти 10 лет

¹Здесь и далее орфография и пунктуация в приведённых комментариях (цитатах, примерах) сохранены в соответствии с авторским оригиналом.

работаю фи вроде всё норм и с охватами и со всем остальным), а также репрезентирует себя в качестве хранителя основных ценностей платформы, выступая с критикой по отношению к новшествам (кому нужны ваши подкасты, верните функционал, визуал и охваты). Адресатами ИИК в нашем датасете являются: а) представители платформы (86% примеров), б) другие пользователи (14% примеров).

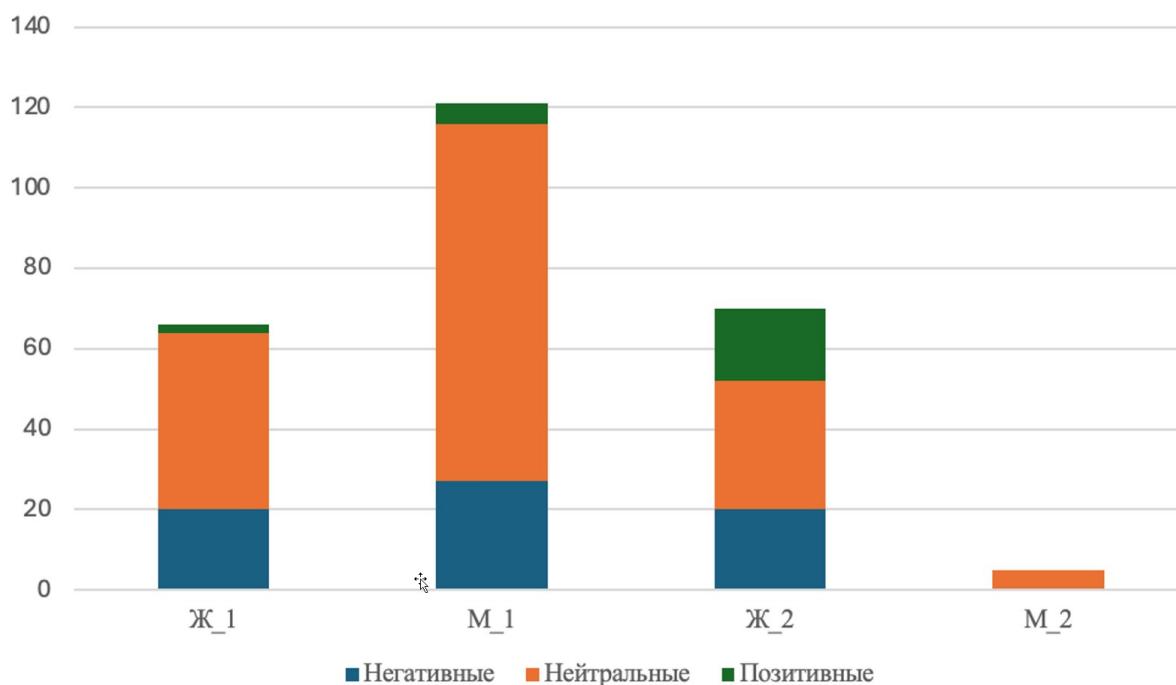
Автор ИИК в сообществе НЗШБ не нацелен на институциональное общение общение. В нашем наборе данных мы обнаружили лишь одно обращение к администраторам сообщества, в то время как остальные были направлены либо участникам сообщества (72%), либо непосредственно представителям шоу-бизнеса (28%). Впрочем, следует отметить, что ИИК вроде «Дава, Мери, любите друг друга и наслаждайтесь этим» вряд ли достигнут своего прямого адресата, и автор это осознает. Здесь мы имеем дело с публичной массовой коммуникацией, и поэтому ещё одним типом адресата, общим для обоих сообществ, становится любой пользователь социальных сетей, который оказывается в этой группе.

Мы также сопоставили корреляции тональности ИИК и гендерный состав сообществ (ВСА – Ж1/М1, НЗШБ – Ж2/М2).

Как видно на рисунке, в сообществе ВСА коммуникация осуществляется преимущественно мужчинами, в то время как НЗШБ большинство авторов ИИК – это женщины. Если рассмотреть распределение тональности текстов в каждой группе, то можно заметить следующее: в сообществе ВСА доля негативных ИИК, оставленных женщинами, составляет 30,8%, в то время как мужчины склонны оставлять меньше негативных ИИК (22,3%), больше нейтральных (73,5 и 67,6%) и позитивных (4,1 и 1,5%).

В сообществе НЗШБ, которое в основном состоит из женщин, доля негативных комментариев примерно такая же, как и в предыдущем сообществе – 30,7%. Нейтральных комментариев 49,2%, а позитивных – 25,7%. Таким образом, негативная тональность может считаться одним из постоянных признаков жанра ИИК.

Кроме того, пользователи, наблюдающие за коммуникацией, наиболее активно поддерживают ИИК с негативной тональностью. В сообществе ВСА эта динамика прослеживается наиболее ярко, среднее количество лайков по классам тональности выглядит следующим образом: негативные – 19,5%, нейтральные – 12,2%, позитивные – 4,3%. В сообществе НЗШБ негативные и нейтральные ИИК практически совпали по популярности: негативные –



Распределение ИИК по полу и тональности в сообществах ВСА и НЗШБ

Distribution of imperative internet comments by gender and sentiment in the “VK with Authors” and “Showbiz Stars News”) communities

4,45%, нейтральные – 4,48%, позитивные – 3,1%.

2. Иллокутивно-прагматическая характеристика

Мы строим классификацию иллокутивного наполнения ИИК с учетом нескольких оснований, к которым относятся типология побудительных высказываний, кооперативные стратегии, для реализации которых могут использоваться ИИК, а также типы речевого воздействия в конфликтном дискурсе. В качестве основы нашей классификации мы использовали типологию побудительных высказываний, предложенную Е. И. Беляевой [21: 15]. На основании трех критериев (облигаторность действия, приоритетность говорящего и выгодность действия для говорящего) исследователь выделяет:

- 1) прескриптивы (в нашей разметке мы относили ИИК к классу призывов);
- 2) суггестивы (или советы);
- 3) реквестивы (ИИК с просьбой и прямые запросы информации).

Часть прескриптивов носит кооперативный характер и включает интенции пожелания, выражения солидарности. Кроме того, существенная часть комментариев направлена на конфронтацию, что подразумевает использование двух основных стратегий невежливо-го поведения: высказывания, направленные на атаку ценности собеседника (позитивная невежливость); высказывания, ограничивающие свободу адресата (негативная невежливость). Согласно классификации Дж. Калпера [22: 135], выделяются следующие типы речевых формул, которые можно классифицировать в соответствии с их принадлежностью к позитивной или негативной невежливости:

- **позитивная невежливость:** insults (оскорблений)², pointed criticisms/complaints (направленная критика, жалобы), unpalatable questions and/or presuppositions (оскорбительные вопросы и/или предположения), condescensions (снисходительность);
- **негативная невежливость:** message enforcers (усилители сообщений, например, «слушай меня внимательно»), dismissals (пренебрежительные отказы, посылы), silencers (принуждения к молчанию);
- **универсальный характер:** threats (угрозы), Negative expressives (негативные экспрессивы).

В сообществе ВСА представлено следующее распределение ИИК по иллокутивным

характеристикам. Большую часть примеров представляют собой негативные по тональности призывы к представителям платформы (48%). Обычно пользователи призывают вернуть прежний интерфейс и функционал, отменить нововведения или исправить ошибки. Этот класс представлен следующими императивными формами: верните (67 употреблений), сделайте (7 употреблений), почините (6 употреблений), добавьте (3 употребления), разберитесь (2 употребления), (не) лезьте (1 употребление). Призывы к другим участникам сообщества составляют незначительный процент от всех примеров (4,3%) и в основном связаны с призывом отказаться от услуг платформы (Так что, народ, бегите в телегу и тащите аудиторию с собой). Однако также могут встречаться призывы к большей активности в общении (Мне скучно, кто-нибудь, ткните палкой чувака с убитой лентой и постингами, пусть выложит свой дежурный коммент).

На втором месте по частоте употребления находятся реквестивы, связанные с прямым запросом информации (12,2%) и просьбой (7,3%). Как и в ситуациях с призывами, практически все они адресованы представителям платформы. В качестве лексических маркеров этих интенций выступают императивные формы подскажите (9 употреблений), объясните (4 употребления) и помогите (3 употребления). Переход к кооперативному типу взаимодействия не влияет на тематическое наполнение ИИК. Они также касаются вопросов возвращения привычного интерфейса платформы (Подскажите, когда вернется отдельная вкладка комментарии? Как следить за всеми срачами в группе?), а также связаны с запросом на объяснение новых элементов в интерфейсе платформы (почините, пожалуйста фильтр; объясните, что случилось с поиском в приложении вк).

Среди побудительных высказываний суггестивы составляют наименьшую группу – всего около 4%. Эти ИИК кооперативны только по форме реализации, имплицитно они также содержат критику платформы и в основном используются для, чтобы в ситуации конфронтации обозначить свою позицию эксперта. Обычно они представляют собой развернутый аргументированный ответ, который как бы намекает на низкую компетентность оппонента (Вам следует создать более подходящие условия для работы: обеспечить наличие необходимых инструментов, улучшить дизайн и наладить более справедливое отношение к сотрудникам).

²Перевод мой. – В. Ш.

Эксплицитная речевая агрессия как единственная ИИК данной группы занимает 7% и проявляется в интенциях пренебрежительного отказа (*идите со своими фестами; засуньте себе ваши курсы куда подальше, идите вы лесом*), принуждения к молчанию (прекратите чудить, *вк мёртв и не лезьте больше за лопатой*), негативных экспрессивов и оскорблений (*выдайте лучше курсы тому кто придумал этот ущербный дизайн; доходы верните нормальные – позорники*). При этом агрессивное принуждение сопровождает практически все случаи призывов, а иногда выступает в качестве дополнительной интенции даже в кооперативных по содержанию высказываниях. Например, вежливая просьба *скажите пожалуйста как можно сделать так, чтобы в ленте показывала то, что мне интересно и показывала публикации тех групп на которые я подписан* сопровождается негативно оценочным заранее спасибо *контора альтернативно одаренных солнышек*. В единичных случаях речевая агрессия может быть направлена на участников сообщества и выражать поддержку администрации паблика, например, *вот откуда под каждым постом столько нытиков берётся чего-то там охватов вечно кому-то не хватает, партнёрка плохо работает, дизайн хреновый, олдскула вечно хочется*.

В сообществе НЗШБ конфликтные побудительные высказывания составляют большую часть дискурса (64%). В ситуациях горизонтального взаимодействия они направлены либо на других участников сообщества (например, принуждение к молчанию как самая частотная стратегия: *смени пластинку, уже неактуально; отвалите; завидуйте молча; валерьянки выпей; успокойся, шагай лесом; иди проспись*), либо на представителя шоубизнеса, который является символом социальной группы оппонента (*Вы там бабло рубите. Отвалите; фонограмму включил и пой*). Прескриптивы (12%) также могут быть обращены к пользователю (*не сдерживайте себя; посмотрите полностью интервью*) или к артисту (*живи спокойно, пой как хочешь*). Среди вежливых интенций можно выделить случаи выражения солидарности с другими пользователями (*ну согласитесь, очень мило*) или интенцию совета (*у нее уточните*).

Таким образом, мы можем выделить следующие закономерности в характеристике иллокутивного наполнения жанра ИИК. В первую очередь это инструмент конфликтного дискурса, направленный на ограничение свободы оппонента и захват власти в коммуникации. В сообществах с вертикальным типом отношений это проявляется в дискредитации носителя более высокого статуса (разработ-

чика, администратора и пр.), в то время как в сообществах с горизонтальными связями ИИК становится способом исключения из коммуникации любого оппонента. Иногда ИИК может использоваться для выражения солидарности с представителями власти или с пользователями, разделяющими общие интересы и ценности. Наконец, ИИК сохраняет модусную функцию, присущую интернет-комментариям и выражает оценку, зачастую негативную.

3. Языковые особенности

В сообществе ВСА на лексическом уровне в качестве явного признака можно выделить экспрессивность лексических средств, которые представлены следующими лексико-семантическими группами: прилагательные и существительные, описывающие элементы интерфейса (беспонтовый, дурацкий, баганутый; *убитая лента, дряннолента, срач*); оценочные существительные, (дохлятина, лабуда, бутафория); глаголы с описанием негативных действий (*кинуть, плевать, ссать, задолбать, накуролесить*). Еще одна заметная группа – это сниженнные экспрессивные названия людей, как предполагаемых представителей администрации сайта, так и недовольных пользователей: *горе-креаторы, нытики, позорники, ироды, рукожопы, бомжи, мошенники*. Кроме того, в текстах комментариев часто встречаются оценочные словосочетания, характерные для интернет-дискурса: *закидайте меня тапками, что вы там курите, танцы с бубнами, идите на хутор бабочек*.

С другой стороны, в ИИК активно используются маркеры солидарности, которые можно увидеть как в этикетных формулах, преимущественно в обращениях к администраторам сайта (лексемы *здравствуйте, спасибо, пожалуйста, плиз; императивные сочетания пожалуйста, подскажите; можно, пожалуйста*), так и в нейтральных или положительных номинациях пользователей (*коллеги, ребята, народ, чувак, девчонка, автор, адекватные работники*).

Общая экспрессивность коммуникации проявляется и на графическом уровне, где регулярно встречается написание комментариев верхним регистром (*ИЗУЧИТЕ ЛУЧШЕ АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ОТЗЫВЫ; ВЕРНИТЕ ВЫПЛАТЫ!*). Кроме того, прописными буквами могут выделяться содержательно значимые части ИИК. Обычно такое выделение осуществляется в виде своеобразного «обёртывания» верхним регистром в начале и конце ИИК (*МИЛЛИОНЫ пользователей от пребывания на этом сайте чувствуют ГЛУБОЧАЙШИЙ НЕГАТИВ; ОСТАВЬТЕ ленту для ПОДПИСОК, ИДИОТИЗМ замешанный*

на дебильных ОБНОВЛЕНИЯХ). Ещё один способ выразить экспрессию – это намеренное отклонение от орфографических норм, что является характерной чертой интернет-дискурса (*ладажжите, наканецта мы палучим галочку*).

Экспрессия проявляется и на синтаксическом уровне, например, использование параллелизма, при котором предложения в ИИК начинаются с одного и того же императивного глагола (*Верните текст над фото, видимость количества просмотров поста. Верните нормальную публикацию постов*). Еще одним распространенным синтаксическим приемом является парцелляция с использованием дизъюктивной конструкции (*планируете ли вы возвращать вкладку комментарии? Или с ними уже можно попрощаться, как и со многим остальным; Уберите это дурацкое требование в 1250 пп в месяц! Или хотя бы в половину снизьте*).

Сочетание экспрессивности и маркеров солидарности также свойственно ИИК в сообществе НЗШБ. Причем, в этом контексте номинации людей становятся более негативными, переходя в явные оскорблении (*жлоб, особь, тлшница, чухонка, стрелочница, глупышка, дурочка девка, овца; сударыня (ироничное)*). Подобная тенденция проявляется в выборе глаголов (*отвалите, заткнись, вдувай, не звезды, не смеши, тряндят*) и коллокаций (*живи с этим, смени пластинку, завидуйте молча*). Таким образом, установка на конфронтацию проявляется и в том, и в другом сообществе, причем горизонтальный характер общения между пользователями способствует использованию более сниженной лексики. В этом контексте выглядит перспективным сравнение реализации ИИК в большем наборе сообществ, а также сопоставление языковых характеристик ИИК и собственно модусных интернет-комментариев.

Заключение

Наше исследование является пилотной попыткой обосновать закономерность выделения ИИК как особого речевого жанра, обладающего устойчивыми характеристиками, которые прослеживаются в разных типах интернет-сообществ. Некоторые из выявленных нами признаков достаточно очевидным образом демонстрируют его обособленность в типологической системе текстов интернет-коммуникации. Одной из ключевых черт прагматической структуры ИИК является негативная тональность, которая остаётся неизменным атрибутом этого жанра, независимо от типа сообщества. В нашем наборе данных около 30% всех ИИК обладают негативной

окраской. Примечательно, что пользователи более активно поддерживают своими реакциями именно ИИК с негативной тональностью, что подтверждает социальную значимость конфронтационного общения в виртуальном пространстве.

Вообще естественной средой для бытования ИИК становится именно конфликтный дискурс, что ярко проявляется в его иллокутивно-прагматической характеристики. В сообществах с вертикальным типом связей ИИК служит средством атаки представителей локальной власти, тогда как в сообществах с горизонтальными связями он становится способом исключения из коммуникации тех, кого пользователи считают «чужими». В некоторых случаях ИИК также может выражать солидарность с представителями власти или с пользователями, разделяющими общие ценности. Однако такие примеры встречаются гораздо реже, что свидетельствует о том, что они носят факультативный характер.

Другие признаки подчеркивают дискуссионный характер основного тезиса нашего исследования. В первую очередь, это языковой уровень описания ИИК, который характеризуется высокой экспрессивностью используемых средств, включая оценочные существительные, прилагательные и глаголы с негативной коннотацией, а также сниженные экспрессивные наименования людей. Это проявление того, что ИИК сохраняет модусную функцию, характерную для интернет-комментариев в целом. Возможно, при дифференциации модусных и императивных по цели комментариев можно говорить лишь о смещении баланса между интенциями, но не полном исключении одной из них.

Еще одно важное наблюдение заключается в существенном различии в представленности ИИК между различными типами сообществ: в институционализированном сообществе с вертикальной структурой ИИК встретился в три раза чаще, чем сообщество с горизонтальными связями. Это может быть маркером тяготения ИИК к институциональному общению, а значит, ядро этой группы все же составляют комментарии-обращения, которые выделены в исследовании Я. А. Дударевой и Н. Н. Шпильной [17]. С другой стороны, мы наблюдаем представленность этого типа в обоих сообществах, причем, конфликтность и общий набор интенций значительно пересекаются (безусловно, с учетом специфики анализируемых сообществ). Дальнейшее расширение материала может позволить решить вопрос о статусе ИИК как особого речевого жанра, а также уточнить его типологические характеристики в различных коммуникативных пространствах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дементьев В. В. Жанры в меняющемся мире: креационистские потенции речевых жанров и эпистемологические потенции теории речевых жанров // Жанры речи. 2019. № 1 (21). С. 6–21. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2019-1-21-6-21>
2. Hardaker C. Trolling in asynchronous computer-mediated communication: From user discussions to academic definitions // Journal of Politeness Research. 2010. № 6, part. 2. P. 215–242. <https://doi.org/10.1515/JPLR.2010.011>
3. Речевая агрессия как свойство информационного пространства / под ред. М. В. Загидуллиной. Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2011. 211 с.
4. Колокольцева Т. Н. Интернет-комментарий как сетевой жанр: общая характеристика, диалогический потенциал, проблемы классификации // Жанры речи. 2024. Т. 19, № 2 (42). С. 164–173. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-2-42-164-173>
5. Касперова Л. Т. Стилистические и жанровые особенности интернет-комментариев // Русская речь. 2018. № 1. С. 63–68.
6. Викторова Е. Ю., Пантелейва К. В. Жанр интернет-комментария: аксиологический аспект // Жанры речи. 2023. Т. 18, № 1 (37). С. 66–73. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2023-18-1-37-66-73>
7. Голев Н. Д., Мельникова В. С., Юнг Д.А. Понятийно-категориальное описание конфликтной ситуации (на примере интернет-комментариев на тему вакцинации от коронавируса) // Юрислингвистика. 2022. № 25. С. 50–55. [https://doi.org/10.14258/leglin\(2022\)2508](https://doi.org/10.14258/leglin(2022)2508)
8. Дементьев В. В. Оценочные метакомментарии в топе новостного браузера // Политическая лингвистика. 2018. № 4 (70). С. 20–27.
9. Стексова Т. И. Комментарий как речевой жанр и его вариативность // Жанры речи. 2014. № 1-2 (9-10). С. 81–88. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2014-1-2-9-10-81-88>
10. Сивенкова М. А. «Критиковать или не критиковать?»: об эффективности метакоммуникативных комментариев в политической дискуссии // Политическая лингвистика. 2011. № 4 (38). С. 148–151
11. Ким Л. Г., Рольгайзер А. А. Комментарий в интернет-комментарий: к проблеме специфики жанра виртуальной коммуникации // Жанры речи. 2024. Т. 19, № 3 (43). С. 286–294. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-3-43-286-294>
12. Карасик В. И. Комментарий как жанр герменевтического дискурса // Язык, коммуникация и социальная среда. 2009. № 7. С. 32–47.
13. Ионова С. В. Апроксимация содержания вторичных текстов : монография. Волгоград : Изд-во Волгогр. гос. ун-та, 2006. 380 с.
14. Потапова Р. К. Новые информационные технологии и лингвистика. М. : МГЛУ, 2002. 386 с.
15. Щипицына Л. Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. М. : КРАСАНД, 2010. 296 с.
16. Лутовинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса. Волгоград : Премена, 2009. 476 с.
17. Дударева Я. А., Шпильная Н. Н. Комментарий в социальных сетях как результат реплицирования (на материале интернет-комментариев о вакцине от ко- вида) // Политическая лингвистика. 2021. № 6 (90). С. 54–64. https://doi.org/10.26170/1999-2629_2021_06_06
18. Карасик В. И. Язык социального статуса. М. : Изд-во МГУ, 1992. 336 с.
19. Qi P., Zhang Y., Zhang Y., Bolton J., Manning C. D. Stanza: A Python Natural Language Processing Toolkit for Many Human Languages // Proceedings of the 58th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics: System Demonstrations. 2020. P. 101–108. <https://doi.org/10.18653/v1/2020.acl-demos.14>
20. Kuratov Y., Arkhipov M. Adaptation of Deep Bidirectional Multilingual Transformers for Russian Language // Computational Linguistics and Intellectual Technologies: Papers from the Annual International Conference “Dialogue”. Moscow, Russian State University for the Humanities Publ., 2019. Iss. 18. P. 333–339.
21. Беляева Е. И. Грамматика и прагматика побуждения. Английский язык. М. : Изд-во МГУ, 1992. 176 с.
22. Culpeper J. Impoliteness: Using Language to Cause Offence. Cambridge : Cambridge University Press, 2011. 292 p. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511975752>

REFERENCES

1. Dementyev V. V. Genres in changing world: Creationistic potentials of speech genres and epistemological potentials of the theory of speech genres. *Speech Genres*, 2019, no. 1 (21), pp. 6–21 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2019-1-21-6-21>
2. Hardaker C. Trolling in asynchronous computer-mediated communication: From user discussions to academic definitions. *Journal of Politeness Research*, 2010, no. 6, part. 2, pp. 215–242. <https://doi.org/10.1515/JPLR.2010.011>
3. Rechevaya agressiya kak svojstvo informatsionnogo prostranstva. Pod red. M. V. Zagidullinoi [Zagidullina M. V., ed. Speech Aggression as a Feature of the Information Space]. Chelyabinsk, Chelyabinsk State University, 2011. 211 p. (in Russian).
4. Kolokoltseva T. N. Internet comments as a network genre: General characteristics, diological potency, classification problems. *Speech Genres*, 2024, vol. 19, no. 2 (42), pp. 164–173 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-2-42-164-173>
5. Kasperova L. T. Stylistic and genre features of Internet comments. *Russian Speech*, 2018, no. 1, pp. 63–68 (in Russian).
6. Viktorova E. Yu., Panteeva K. V. An Internet comment as a speech genre: Axiological aspect. *Speech Genres*, 2023, vol. 18, no. 1 (37), pp. 66–73 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2023-18-1-37-66-73>
7. Golev N. D., Melnikova V. S., Yung D. A. Conceptual and categorical description of a conflict situation (on the example of Internet comments on the topic of COVID-19 vaccination). *Jurislinguistics*, 2022, no. 25, pp. 50–55 (in Russian). [https://doi.org/10.14258/leglin\(2022\)2508](https://doi.org/10.14258/leglin(2022)2508)
8. Dementyev V. V. Evaluative meta-comments in the top of a news browser. *Political Linguistics*, 2018, no. 4 (70), pp. 20–27 (in Russian).
9. Steksova T. I. Comment as a speech genre and its variability. *Speech Genres*, 2014, no. 1-2 (9-10), pp. 81–88 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2014-1-2-9-10-81-88>

10. Sivenkova M. A. "To criticize or not to criticize...?" On the effectiveness of metacommunicative comments in political discourse. *Political Linguistics*, 2011, no. 4 (38), pp. 148–151 (in Russian).
11. Kim L. G., Rolgayzer A. A. Comment vs Internet comment: On the issue of the specific genre characteristics of virtual communication. *Speech Genres*, 2024, vol. 19, no. 3 (43), pp. 286–294 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-3-43-286-294>
12. Karasik V. I. Comments as a genre of hermeneutic discourse. *Language, Communication and Social Environment*, 2009, no. 7, pp. 32–47 (in Russian).
13. Ionova S. V. *Approximatsiya soderzhaniya vtorichnykh tekstov: monografiya* [Approximation of secondary texts content: A monograph]. Volgograd, Volgograd State University Publ., 2006. 380 p. (in Russian).
14. Potapova R. K. *Novye informatsionnye tekhnologii i lingvistika* [New Information Technologies and Linguistics]. Moscow, Moscow State Linguistic University Publ., 2002. 386 p. (in Russian).
15. Shchipitsina L. Yu. *Komp'yuterno-oposredovannaya kommunikatsiya: Lingvisticheskiy aspekt analiza* [Computer-Mediated Communication: Linguistic Aspects of Analysis]. Moscow, KRASAND, 2010. 296 p. (in Russian).
16. Lutovinova O. V. *Lingvokulturologicheskie kharakteristiki virtual'nogo diskursa* [Linguoculturological Characteristics of Virtual Discourse]. Volgograd, Peremeny, 2009. 476 p. (in Russian).
17. Dudareva Ya. A., Shpilnaya N. N. Commentary in social networks as a result of replication (based on internet comments about the COVID vaccine). *Political Linguistics*, 2021, no. 6 (90), pp. 54–64 (in Russian). https://doi.org/10.26170/1999-2629_2021_06_06
18. Karasik V. I. *Yazyk sotsial'nogo statusa* [Language of Social Status]. Moscow, Moscow University Press, 1992. 336 p. (in Russian).
19. Qi P., Zhang Y., Zhang Y., Bolton J., Manning C. D. Stanza: A Python Natural Language Processing Toolkit for Many Human Languages. *Proceedings of the 58th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics: System Demonstrations*, 2020, pp. 101–108. <https://doi.org/10.18653/v1/2020.acl-demos.14>
20. Kuratov Y., Arkhipov M. Adaptation of Deep Bidirectional Multilingual Transformers for Russian Language. *Computational Linguistics and Intellectual Technologies: Papers from the Annual International Conference "Dialogue"*. Moscow, Russian State University for the Humanities Publ., 2019, iss. 18, pp. 333–339.
21. Belyaeva E. I. *Grammatika i pragmatika pobuzhdeniya. Angliyskiy yazyk* [Grammar and Pragmatics of Imperatives. English Language]. Moscow, Moscow University Press, 1992. 176 p. (in Russian).
22. Culpeper J. *Impoliteness: Using Language to Cause Offence*. Cambridge, Cambridge University Press, 2011. 292 p. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511975752>

Поступила в редакцию 20.04.2025; одобрена после рецензирования 23.05.2025; принята к публикации 23.05.2025; опубликована 30.09.2025

The article was submitted 20.04.2025; approved after reviewing 23.05.2025; accepted for publication 23.05.2025; published 30.09.2025

Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 337–350

Speech Genres, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 337–350

<https://zhanry-rechi.sgu.ru> <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-337-350>, EDN: XSVOVC

Научная статья

УДК [811.35+811.161.1]’27’42-048.93:004.738.5

Реализация речевой агрессии в жанре интернет-комментария в социальных сетях фронтирных регионов: речеактовая стратификация, лексическое наполнение и тематическая направленность

С. Н. Бредихин[✉], Е. А. Авдеев, С. М. Воробьев

Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия, 355017, г. Ставрополь, ул. Пушкина, д. 1

Бредихин Сергей Николаевич, доктор филологических наук, профессор, профессор департамента лингвистики, bredichinsergey@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2191-4982>

Авдеев Евгений Александрович, кандидат философских наук, доцент кафедры философии и этнологии, ewg.avdeev@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4004-9610>

Воробьев Сергей Михайлович, кандидат политических наук, доцент кафедры философии и этнологии, sergey_vorobev_54@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8893-2595>

Аннотация. Сетевое пространство предполагает коммуникативное взаимодействие, характеризующееся деперсонализацией, гипертекстуальностью и ахроничностью интеракции, высокой степенью анонимности и низкой ответственностью за продуцируемый контент. Большое значение играют комментарии, отражающие динамику настроения аудитории в реальном времени, которые становятся фактором, разрушающим речевую и этическую нормативность. Интернет-комментарии являются реакцией коммуникантов на инфоповод, составляющий тематический «якорь» всего гипертекстового пространства, могут способствовать быстрому расширению поля конфликтогенности в социальной реальности, мгновенно тиражируя провокативный, инвективный и враждебный контент. Цель исследования – выявление частотности употребления, речеактовой спецификации и тематической направленности провокативной лексики, определение уровня речевой агрессии в жанре комментирования социально значимых инфоповодов пользователями социальных сетей. Эмпирическим материалом стал созданный авторами исследовательский корпус, включающий инициальные посты и микроконтексты комментариев и субкомментативных реакций из социальных сетей фронтирных регионов: Дагестана, Северной Осетии – Алании и Карачаево-Черкесии, содержащие обсуждение социально значимых инфоповодов за первый квартал 2024 г. Исследование показало, что комментарии отличаются повышенной эмоциогенностью и широкими потенциями к экстраполяции конфликта из коммуникативной на социальную реальность. В сетевом взаимодействии преобладали констативы, инвективы, квестивы и директивы. Для эмотивизации и интимизации комментативных высказываний преимущественно использовались вульгаризмы и пейоративы. Наибольшая доля выявленных высказываний направлена на негативизацию отношения к ситуативно привязанной государственной политике и этноконфессиональной конфликтivизации. Преобладание мягкого языка вражды и минимальное число менасивов и перформативов свидетельствуют о низком уровне речевой агрессии в регионах с объединяющей надэтнической религиозно-демократической основой; отсутствие таковой и интенсификация социального размежевания во фронтирных регионах поликонфессионального и полигетничного состава (КЧР) вызывает повышение уровня языка вражды, используемого в жанре интернет-комментария, до среднего.

Ключевые слова: жанр интернет-комментария, речеактовая специфика, конфликтогенность, язык вражды, тематическая детерминация, конситуативная обусловленность, фронтирные регионы, локализация инфоповода

Благодарности. Исследование выполнено в рамках государственного задания Министерства науки и высшего образования Российской Федерации «Цивилизационные основы российской идентичности молодежи Северного Кавказа: общенациональное единство и этноконфессиональная специфика» (FSRN-2024-0019).

Для цитирования: Бредихин С. Н., Авдеев Е. А., Воробьев С. М. Реализация речевой агрессии в жанре интернет-комментария в социальных сетях фронтирных регионов: речеактовая стратификация, лексическое наполнение и тематическая направленность // Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 337–350. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-337-350>, EDN: XSVOVC

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

**Implementation of speech aggression in the genre of Internet commentary
in social networks of frontier regions: Speech act stratification, lexical content
and thematic focus**

S. N. Bredikhin[✉], E. A. Avdeev, S. M. Vorobiev

North Caucasus Federal University, 1 Pushkin St., Stavropol 355017, Russia

Sergey N. Bredikhin, bredichinsergey@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2191-4982>

Evgeniy A. Avdeev, ewg.avdeev@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4004-9610>

Sergey M. Vorobiev, sergey_vorobev_54@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8893-2595>

Abstract. The network space presupposes communicative interaction, characterized by depersonalization, hypertextuality and achronicity of interaction, a high degree of anonymity and low responsibility for the content produced. Comments reflecting the dynamics of the audience's mood in real time, which become a factor destroying speech and ethical normativity, are of great importance. Internet comments are the reaction of communicants to the news feed, which constitutes the thematic "anchor" of the entire hypertext space, and can contribute to the rapid expansion of the field of conflict in social reality, instantly replicating provocative, invective and hostile content. The purpose of the study is to identify the frequency of use, speech act specification and thematic orientation of provocative vocabulary, to determine the level of verbal aggression in the genre of commenting on socially significant news stories by users of social networks. The empirical material was the research corpus created by the authors, including initial posts and micro-contexts of comments and sub-commentary reactions from social networks in the frontier regions: Dagestan, North Ossetia-Alania and Karachay-Cherkessia, containing a discussion of socially significant news events for the first quarter of 2024. The study showed that comments are characterized by increased emotionality and broad potential for extrapolation of conflict from communicative reality to social reality. Constitutives, invectives, quesitives and directives predominated in network interaction. To emotivize and intimate commentary statements, vulgarisms and pejoratives were mainly used. The largest share of identified topoi is aimed at negativizing attitudes towards situationally tied state policies and ethno-confessional conflictivization. The predominance of soft hate speech and the minimal number of menatives and performatives indicate a low level of verbal aggression in regions with a uniting supra-ethnic religiously determined basis; the absence of such and the intensification of social demarcation in the frontier regions of the multi-confessional and multi-ethnic composition (KCR) causes an increase in the level of the hate speech used in the genre of Internet commentary to average.

Keywords: genre of Internet commentary, speech act specificity, conflictogenicity, hate speech, thematic determination, constitutive conditionality, frontier regions, news feed localization

Acknowledgments. The study was carried out within the framework of the state assignment of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation "Civilizational foundations of the Russian identity of the North Caucasus youth: national unity and ethno-confessional specificity" (FSRN-2024-0019).

For citation: Bredikhin S. N., Avdeev E. A., Vorobiev S. M. Implementation of speech aggression in the genre of Internet commentary in social networks of frontier regions: Speech act stratification, lexical content and thematic focus. *Speech Genres*, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 337–350 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-337-350>, EDN: XSVOVC

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Введение

Глобальный мир характеризуется коммуникативным разнообразием, дискурсивно-типологические и речежанровые особенности которого подвергаются спецификации не только в плане полидискурсивизации, но и в аспекте кодовой и канальной детерминации. Кроме того, современное сообщество все чаще входит в сетевое пространство взаимодействия, ключевыми признаками которого являются де-персонализация, гипертекстуальность, виртуальность, ахроничность интеракции, что ведет

к росту степени анонимности жанра сетевого комментария, а значит предполагает снижение ответственности за продуцируемый контент, повышенную эмоциональность и свободу в избрании форм экспликации своих мыслей, оценок, мнений [1].

Особый интерес среди сетевых коммуникативных практик представляют комментарии к различным сетевым материалам, получающие все более широкое распространение и отражающие динамику настроения аудитории в реальном времени. Ощущение «без-

наказанности» в связи с дистантным (локально и темпорально), деперсонализированным и псевдопрезентативным ввиду действия ситуации «даунтайма» характером комментативной коммуникации становится фактором, разрушающим речевую и этическую нормативность и усиливающим социальную опасность сетевого контента. В комментативном тексте сконцентрированы качества, отличающие сетевую интеракцию от непосредственной, находят реализацию контаминационные процессы устно-письменной вербализации [2: 67, 68].

На основе этих характеристик жанр интернет-комментария как субжанр, являющийся реакцией коммуникантов на инициальный пост [3], а значит и инфоповод, составляющий пропозиционал и тематический «якорь» всего гипертекстового пространства, способен выйти за рамки коммуникативной эристической значимости и способствовать быстрому расширению поля конфликтогенности в социальной реальности, мгновенно тиражируя провокативный, инвективный и враждебный контент. Комментирование в социальных сетях представляет собой виртуальную делиберацию, нацеленную на модификацию отношения контркоммуникантов к описываемому событию, оценки его социальной значимости. При этом в большинстве случаев комментирование направлено на расширение дерогативного поля аксиосферы.

Фронтильность регионов Северного Кавказа проявляется во взаимодействии двух основных этнокультурных общин – русских и северокавказских народов. Наряду с этим среди северокавказских народов существует значительная этническая и религиозная дифференциация. Различия в конфессиональной и этнической идентичности может привести к диссонансу в концептуальных и языковых картинах мира, что закономерно находит свое отражение в сетевой коммуникации и приводит к проявлению речевой агрессии. Установление корреляции уровня языка вражды и способов выражения речевой агрессии от этнокультурных различий исследуемых регионов составляет новизну настоящего исследования. Независимо от стилистического и лексического наполнения единого речевого жанра интернет-комментария этнокультурные различия контркоммуникантов, взаимодействующих в сетевом пространстве, обуславливают вариативность речеактивного наполнения конфликтных высказываний.

Научный контекст исследуемой проблемы предполагает выявление частотности употребления, речеактивной спецификации и тематической направленности провокативной лексики, определение уровня речевой агрессии (языка вражды) в жанре комментирования социаль-

но значимых инфоповодов пользователями социальных сетей. Единицы языка вражды и инвективные речевые акты являются важными средствами семантизации и семиотизации, при помощи которых в социальных сетях эксплицируется псевдоактуальное социальное доминирование отдельных религиозных или конфессиональных групп, транслируется этническая рознь и формируется ненависть по отношению к «иным» в рамках отнесения их к архетипу «чужих», «врагов».

Основная часть

Материалы и методы

В настоящее время формируются новые направления исследований, среди которых выделяются использующие контаминированные трансдисциплинарные методологические принципы жанроведческого [4, 5], когнитивно-интеракционного и конверсационного [6, 7], функционально-прагматического [8], дискурсивно-модусного анализа [9]. Значимым является широко используемая в Интернет-комментариях инвективная лексика, зачастую в форме языка вражды, усиливающая конфликтогенный потенциал сетевого дискурса. Выбор такой лексики обусловлен враждебным коммуникативным намерение адресата и реализуется посредством речевого акта [10]. Применение в интернет-коммуникации различных способов речевой агрессии связывается с социальной напряженностью, низким уровнем толерантности и ростом межнациональной неприязни [11: 81].

Воздействие на сознание человека реализуется за счет целенаправленного использования слов – семантических маркеров конфликта. Это предполагает необходимость детального изучения языка вражды. В зарубежных исследованиях большое внимание уделяется анализу языка конфликта [12]. Важное значение при изучении конфликтогенности языка вражды имеют исследования дискурсивных стратегий и применяемых объяснительных моделей в условиях речевого конфликта Ван Дейка. Им в качестве Мы-группы рассматривалось этническое большинство, а в качестве Они-групп – этнические меньшинства. Простым примером такой оппозиционности выступает противопоставление «Мы хорошие – Они плохие» [13]. Классификация проявлений речевой агрессии в сфере межэтнических отношений была предложена Т. Кинни. Он рассматривает вербальную агрессию как одну из форм вражды и классифицирует ее проявления следующим образом: речь, письменные сообщения, символы и символические действия. Язык вражды связывается с такими

характеристиками, как фанатизм, стереотипы, нетерпимость и ненависть [14].

Сетевые комментарии являются важным объектом современных исследований в области бытования языка вражды. В отечественной лингвистике данная проблематика анализируется как с теоретической, так и с практической точки зрения. Е. Н. Василенко определяет язык вражды как совокупность языковых средств, вербализирующих тот или иной вид дискриминации или нетерпимости, основанный на стереотипах [15]. Отмечается, что лексика языка вражды применяется не изолированно, а системно, фокусируя внимание на этнической принадлежности сторон, порождая стереотипное мышление [16]. Осуществленный Н. Б. Руженцевой анализ материала массовой прессы последних лет свидетельствует о том, что влияние экстравергентических факторов текстообразования на лингвистическую специфику языка вражды проявляется как в конвергенции, так и в повышенной степени диалогизации монологической речи. «Динамические процессы, соотносимые с языком вражды, детерминированы, прежде всего, группой экстравергентических факторов: усиливающимся расколом общества, воздействием интернет-дискурса, а также влиянием постмодернизма, которое проявляется в повышенной степени интертекстуальности и фейковости сообщений СМИ» [17].

Речежанровая стратификация и определение ключевых составляющих, позволяющих отнести функционирующие в различных дискурсивных практиках высказывания к императивно-оценочным моделям текстопорождения, а значит и специфическим речевым жанрам комментативного дискурса экспликации речевой агрессии, невозможна без учета: 1) культурно-исторического контекста, 2) типологических характеристик речевого жанра, 3) альтернаций жанровых компонентов, 4) вторичных гибридных форм, обусловленных новыми техногенными и интернет-производными, 5) представленностью подобных единиц в дискурсах и корпусах [18: 6]. Именно поэтому интегральное описание речеактового состава в совокупности с социокультурными и этноконфессиональными факторами тематической значимости инфоповодов в осложненных состояниях коммуникативной фронтонности дискурсов является одной из наиболее благодатных сфер для анализа специфики вербализации агрессии в жанре интернет-комментария.

В качестве эмпирического материала для анализа лексического наполнения, тематической направленности и речеактовой специфики провокативного комментария в сетевом пространстве фронтонных регионов послужил

созданный авторами исследовательский корпус, включающий инициальные посты и микроконтексты комментариев и субкомментативных реакций из социальных сетей Дагестана, Северной Осетии – Алании и Карачаево-Черкесии, содержащие обсуждение социально значимых инфоповодов. С января по апрель 2024 г. проводился сбор и анализ контента основных сообществ ВКонтакте и Telegram-каналов указанных полигэтнических регионов Северного Кавказа. По Дагестану из обоих интернет-ресурсов, используя метод сплошной выборки, было выделено 262 записи (комментария), содержащих конфликтную интенцию; по Северной Осетии – Алании – 88 записей; по Карачаево-Черкесии – 113. Выборка различного количества записей связана с меньшим числом конфликтных комментариев в Северной Осетии – Алании и Карачаево-Черкесии. Следует подчеркнуть максимальную локальную привязку глобальных конфликтогенных ситуаций в сетевой коммуникации, а соответственно интенсификацию региональных, этнических, конфессиональных аспектов модификации ценностных установок, что ведет к смене полюсов позитивизации-негативизации ядерных глобальных аксиологем в процессе дискурсивной территориальной и тематической детерминации контента [19: 59]. При анализе лексического наполнения и смысловой направленности сетевых комментариев была использована классификация А. М. Верховского, применявшаяся для изучения этнической и религиозной ксенофобии, выделяющую жесткий, средний и мягкий язык вражды [20: 15–18]. К мягкому языку вражды были отнесены все тексты, формирующие конфликтную коммуникацию, содержащие унизительные фразы, оскорблении и высмеивания. Средний уровень характеризовался присутствием конфликтных призывов и утверждений, дискредитирующих этнические, конфессиональные и социальные группы, а жесткий наличием прямых и завуалированных призывов к насилию и дискриминации. Каждая из записей маркировалась одной или сразу несколькими ключевыми единицами в соответствии с лексическим наполнением и формой языка вражды: вульгаризм, пейоратив, этнофолицм, религиофолицм и брань; мягкий, средний и жесткий язык вражды. Системный анализ лексического наполнения, тематической детерминации и речеактовой специфики конфликтогенного комментативного дискурса позволил определить степень иллокутивно-периллокутивного соответствия в процессе экспликации этнических и конфессиональных стереотипов, выявить общие жанровые особенности и пейоративные обертоны конситуативных вербализаторов в зависимости от региона.

Анализ конфликтогенного комментативного сегмента сетевого дискурса Дагестана

Анализ выборки комментативного сетевого дискурса был направлен на выявление частотности и суггестивной нагрузки основных видов инвективной лексики и специфики речевой агрессии в ВК-сообществах и Telegram-каналах. Наиболее часто в комментариях применялись пейоративы (59,4%), далее следуют вульгаризмы (16,8%), этнофолизмы (9%) и религиофолизмы (8,2%). Наименее часто в комментариях использовалась бранная лексика (6,6%). Среди исследованных уровней языка вражды больше всего в комментариях применялся мягкий язык вражды (66,1%). Применение среднего и жесткого языка вражды, предполагающего явные и скрытые призывы к насилию, дискриминации и депортации по отношению к тем или иным этноконфессиональным группам, незначительно (рис. 1). Это связано как с социально-психологическими особенностями народов Дагестана, характеризующимися потребностью к доминантной экспликации чувства гордости и собственного

достоинства, социально-ареальными предпосылками толерантного отношения к другим этносам, так и с достигнутой на сегодняшний день стабилизацией этноконфессиональных отношений.

Среди применимых типов речевых актов в конфликтных комментариях наиболее часто встречаются констативы (39,8%) и инвективы (24,6%). Далее следуют квестивы (18,8%). Незначительное число директивов (12,8%), экспрессивов (3,2%), менасивов (0,5%) и перформативов (0,3%) свидетельствует о преобладании мягкого языка вражды, не предлагающего открытых угроз и призывов к насилийным и противоправным действиям (рис. 2).

Наиболее характерным являлось сочетание квестивов и инвективов (здесь и далее авторская орфография и пунктуация сохранены): «**Мама против другой нации?!** Если мама ненавидит какие-то национальности и ищет евреев в турбинах самолетов, то вы или **нацисты**, или **дагестанцы**, получается...»¹. В данном примере прямой перенос прецедентно маркированной пейоративной номинации

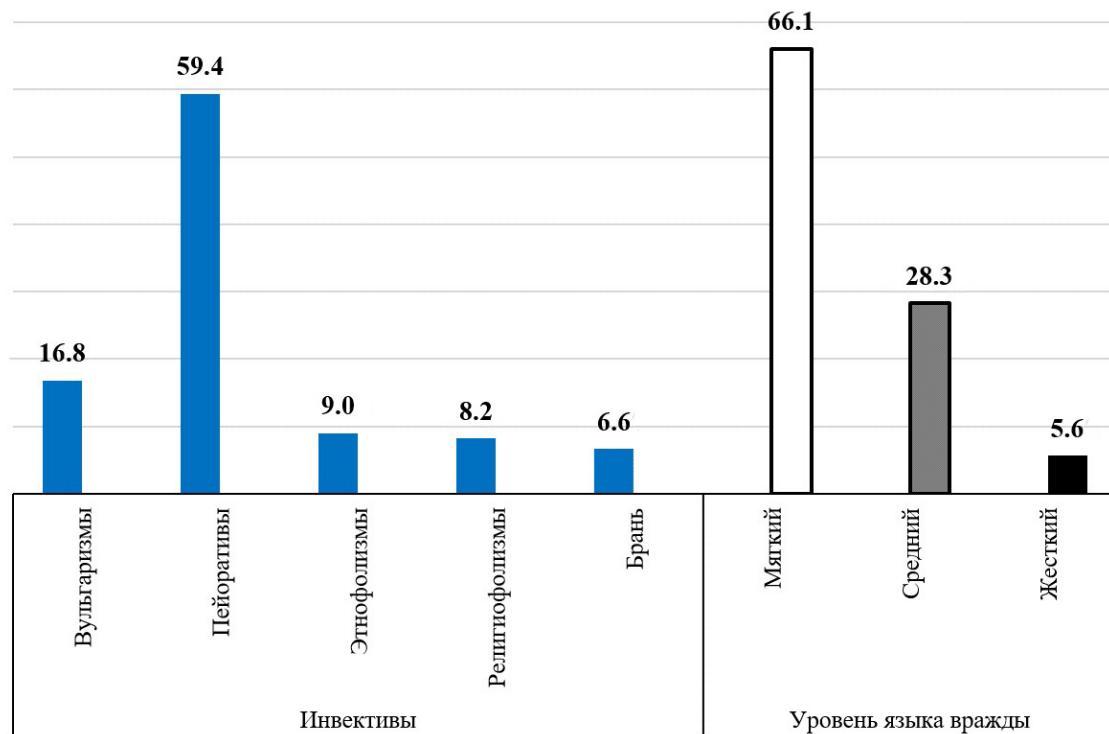


Рис. 1. Частотность применения основных видов инвективной лексики и уровень языка вражды в конфликтных комментариях (выборка по Дагестану), %

Fig. 1. Frequency of use of the main types of abusive vocabulary and level of hate speech in conflict comments (sample for Dagestan), %

¹URL: https://vk.com/moy_dag#:textasciitilde:text=%D0%9C%D0%B0%D0%BC%D0%B0%20%D0%BF% (дата обращения: 13.04.2024).

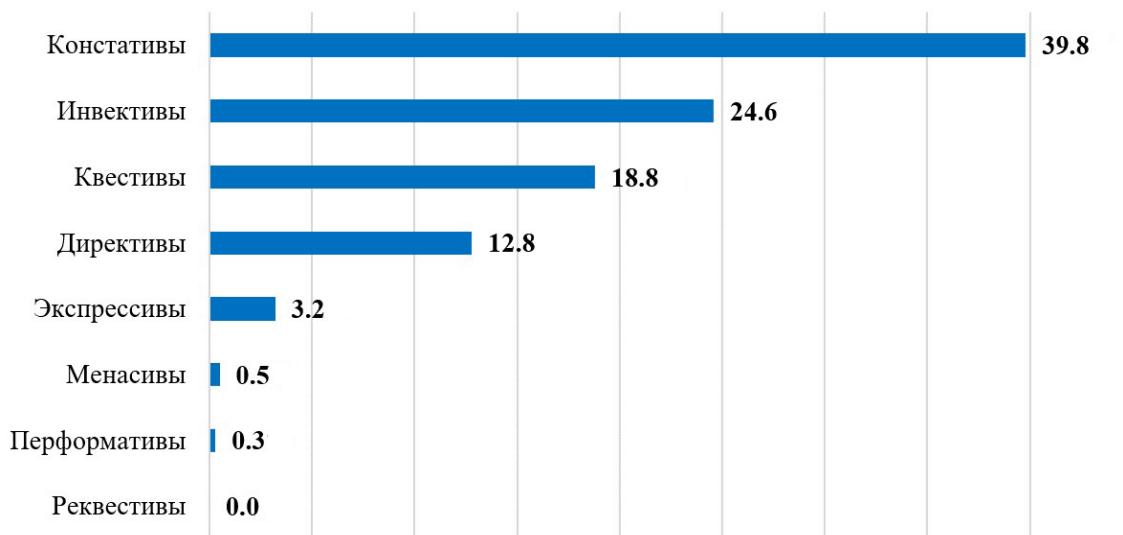


Рис. 2. Типы речевых актов в конфликтных комментариях (выборка по Дагестану), %

Fig. 2. Types of speech acts in conflict comments (sample for Dagestan), %

на этническую группу достигается за счет создания дизъюнктивной связи между «нацистами» и «дагестанцами». А сочетание инициального квестива в тематической привязке к обсуждению национальной розни предельно интимизирует дальнейший контекст и активизирует когнитивные усилия коммуникативного сообщества по расширению делиберативного пространства негативизации.

Сочетание констативов и квестивов присутствует в комментарии, направленном на утверждение наличия неприязни к религиозной и этнорегиональной общностям «мусульмане» и «кавказцы», например, «*в том то и дело, пока федеральные СМИ и передачи ведут пропаганду против ислама и Кавказа, какое может быть понимание? Преступление кавказцев дальше крутятся в СМИ чем других с указанием имен и мест проживания, и случай с врачом которой из-за хиджаба отказали в выступлении...*»². При этом даже нейтральная лексика в конситуативной привязке к инфоповоду действует как прием конфликтivизации полимодальной коммуникации, формируя два вектора субкомментирования (наднациональное конфессиоナルное единение и негативная презентация государственной политики).

Анализ тематической детерминации конфликтных комментариев выявил преобладание трех направлений: провоцирование этно-конфессиоナルных конфликтов (40,3%), негативная презентация государственной политики

(24,8%), негативная презентация конфессиоナルной идентичности (17,5%). Меньшее число записей, направленных на негативную презентацию этнической идентичности (8,5%), косвенно свидетельствует о низкой напряженности межнациональных отношений в регионе. Ценностно-мировоззренческая конфликтность в малой степени (6,6%) отражена в рассматриваемом дискурсе. Практически отсутствуют комментарии, направленные на негативную презентацию русского языка и российской культуры (1,2%), провоцирование протестной активности (1,2%) (рис. 3).

Снижение значимости этнического фактора в Дагестане обуславливается единой исламской идентичностью, что ситуативно переносит направленность речевой агрессии на «других». Смысловая направленность конфликтных комментариев в основном нацелена на формирование неприязни к «другому», образ которого варьируется в зависимости от инфоповода. Анализ конфликтного сегмента сетевого дискурса показал преобладание в речеактовой стратификации констативов, инвективов, квестивов и директивов с наполнением специфицирующими или конвенционализированными пейоративами в языке вражды мягкого типа. Тематическое единство комментативного пространства Дагестана достигается на основе множественной экспликации наднациональной солидарности с мусульманами по отношению к которым применяются позитивные номинации.

²URL: https://vk.com/moy_dag#\textasciitilde:text=%D0%9C%D1%83%D1%85%D0%B0%D0%BC%D0%BC (дата обращения: 13.04.2024).



Рис. 3. Тематическая детерминация конфликтных комментариев (выборка по Дагестану), %

Fig. 3. Thematic determination of conflicting comments (sample for Dagestan), %

Специфика конфликтогенных комментариев в сетевом дискурсе Северной Осетии – Алании

Северная Осетия – Алания, в отличие от Дагестана, не является мультиэтничным регионом, в ней преобладают этносы, исповедующие православие – осетины и русские. Мусульманское население представлено меньшинством. В связи с этим исламская солидарность не является доминантным топосом в сетевом дискурсе. Эти особенности отчасти отражают частотность применения инвективной лексики в комментариях. Не выявлено использование религиофорализмов. Частотность вульгаризмов (43,8%) выше, чем пейоративов (26%). Далее следуют этнофорализмы (17,8%) и бранная лексика (12,4%). Как и в Дагестане преобладает мягкий уровень языка вражды (62,5%), средний используется реже (33,3%), а жесткий практически не применяется (4,2%) (рис. 4).

Среди используемых речевых актов в конфликтных комментариях наиболее часто применялись констативы (31,6%). Доля инвективов составляет 21,9%, квестивов – 18,4%, директивов – 16,7%, экспрессивов – 10,5%. Практически отсутствуют менасивы и перформативы (рис. 5). Это объясняется сравнительно невысоким уровнем конфликтогенности анализируемого дискурса.

В ходе анализа тематической детерминации конфликтных комментариев выявлено, что они в большей степени направлены

на негативную презентацию государственной политики и недовольство деятельностью органов власти, которые связываются с социально-экономическими проблемами региона (56,6%). Доля записей, провоцирующих этноконфессиональную конфликтность составляет 23,6%, комментариев, направленных на негативную презентацию этнической идентичности – 14,1%. Они в основном связаны с всплеском антимигрантских настроений после теракта в «Крокус Сити Холле», неприязнью к украинцам на фоне СВО и появляющимися информоводами, затрагивающими этноисторические травмы. Закрепленные за этноспецифическим прецедентным феноменом дифференциальные признаки и коннотации обеспечивают приращение смысла и синестетический/эпистемический перенос эмоционально-оценочного характера [21: 82]. Практически отсутствуют высказывания, направленные на негативную презентацию конфессиональной идентичности, провоцирование протестной активности и ценностно-мировоззренческой конфликтности, негативную презентацию русского языка и российской культуры (рис. 6).

Примером комментариев, содержащих провокативную и конфликтную интенцию, направленных на провоцирование этноконфессиональных конфликтов служит высказывание: «*Этот народ не подлежит исправлению или воспитанию, всегда камень за пазухой, это гены, это в крови дурь, предательство и недоброжелательность. С ними только жестко и строго!»³*. Здесь соче-

³URL: https://t.me/osetia_alania15/17415?comment=43765 (дата обращения: 13.04.2024).

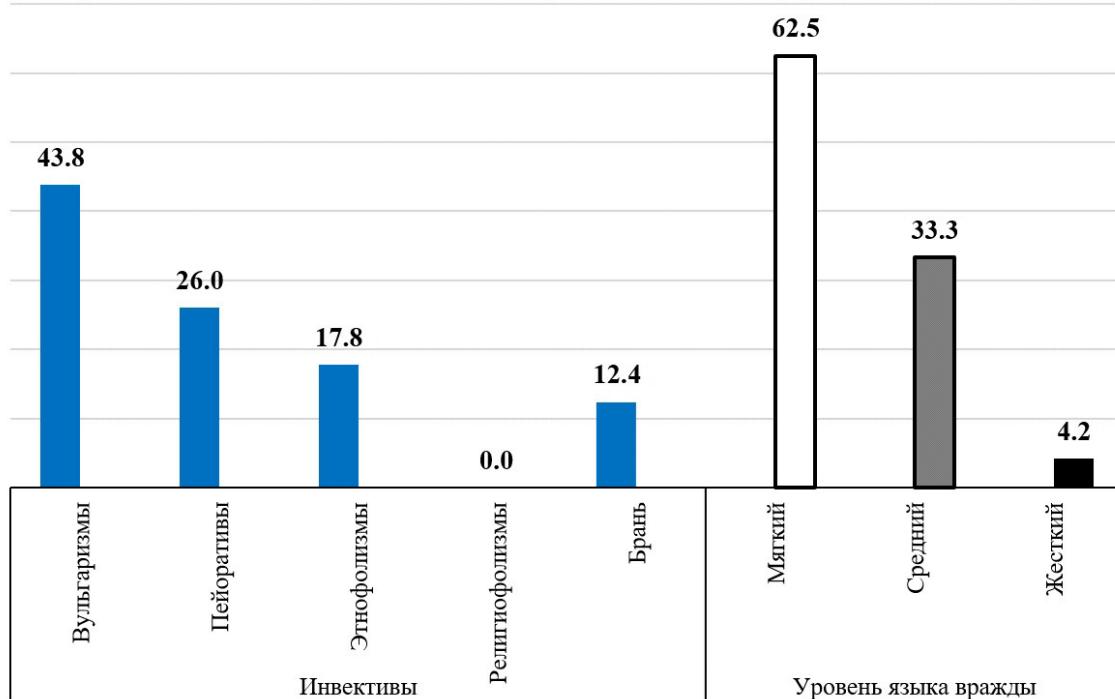


Рис. 4. Частотность применения основных видов инвективной лексики и уровень языка вражды в конфликтных комментариях (выборка по Северной Осетии – Алании), %

Fig. 4. Frequency of use of the main types of abusive vocabulary and level of hate speech in conflict comments (sample for North Ossetia – Alania), %

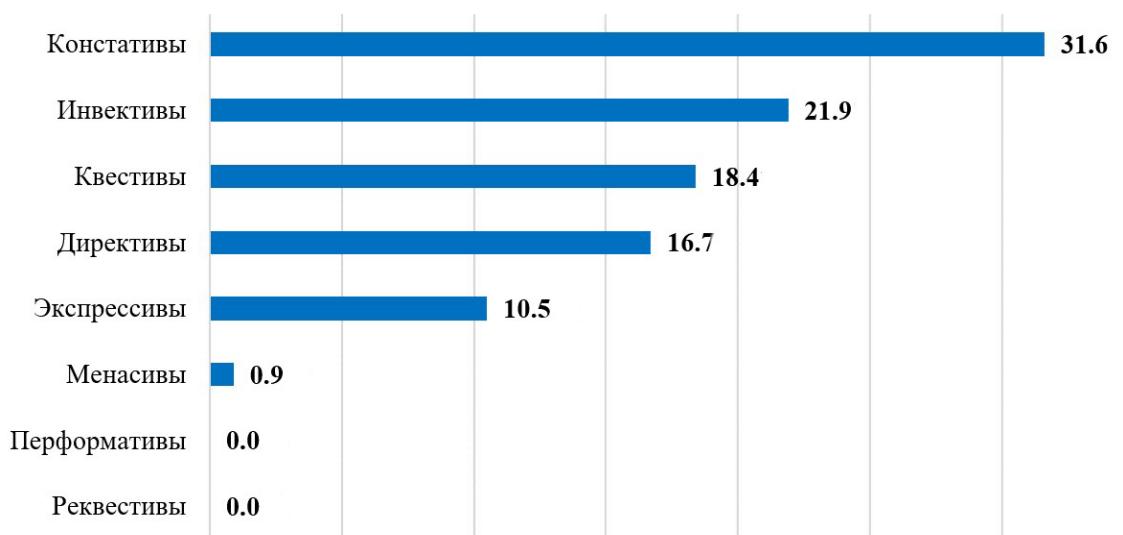


Рис. 5. Типы речевых актов в конфликтных комментариях (выборка по Северной Осетии – Алании), %

Fig. 5. Types of speech acts in conflict comments (sample for North Ossetia – Alania), %

таются констатив, содержащий фразеологический конкретизатор, инвектив и директив. Эвфемизм «этот народ» применяется по отношению к ингушам. Фразеологизм «камень за пазухой» подразумевает тайную враждебность и скрытую угрозу. Инвективная интенция достигается за счет предписывания им ряда

негативных качеств: «в крови дурь, предательство и недоброжелательность». Имплицитная отсылка к этноисторической травме – осетино-ингушскому конфликту в совокупности с экспрессивно усиленным директивом «С ними только жестко и строго!», позволяет отнести высказывание к среднему языку враж-



Рис. 6. Тематическая направленность конфликтных комментариев (выборка по Северной Осетии – Алании), %

Fig. 6. Thematic determination of conflicting comments (sample for North Ossetia – Alania), %

ды, предполагающему имплицитные призывы к насильственным действиям.

Северная Осетия – Алания представляет собой преимущественно моноконфессиональный православный регион, в котором инфоповоды экономического и политического характера начинают преобладать над этноконфессиональными. Событиями, послужившими «точкой кристаллизации» речевой агрессии, стали президентские выборы и теракт в «Крокус Сити Холле». В комментативном сетевом пространстве региона существенно преобладают констативы, инвективы и квестивы с характерным лексическим наполнением: вульгаризмы, преобладающие над пейоративами, этнофолиозами и бранью. Характерной локально детерминированной особенностью является отсутствие религиофолиозов. Большинство высказываний могут быть отнесены к мягкому языку вражды. Комментарии в основном могут быть отнесены к трем тематическим направлениям: негативная презентация государственной политики, провоцирование этноконфессиональных конфликтов и негативная презентация этнической идентичности.

Комментативное сетевое пространство Карачаево-Черкесии

Этнический и конфессиональный контраст населения Карачаево-Черкесии может быть одним из факторов проявлений речевой агрессии. Здесь компактно проживают русские православные, карачаевцы и черкесы, исповедующие ислам. «Барометром» конфликтогенности выступает лексическое наполнение, тематическая детерминация комментариев в сетевом

дискурсе. Инвективная лексика в отобранных записях содержит минимальный процент религиофолиозов и брань. Чаще всего встречаются пейоративы (41,9%) и вульгаризмы (38,7%). В комментариях выявлена значительная доля среднего языка вражды (41,8%) (рис. 7).

Наиболее часто применяемыми типами речевых актов являются констативы – 41,1% и директивы – 27,2%. Менее часто применяются квестивы (12,2%), инвективы (11,1%) и экспрессивы (7,2%). Практически не используются реквестивы, перформативы и менасины. Констативы наиболее характерны для мягкого языка вражды (рис. 8). Относительно большой процент директивных речевых актов коррелирует с высказываниями, относящимися к среднему уровню языка вражды, смысловое наполнение которых предполагает призывы и побуждения к негативным действиям по отношению к определенным этноконфессиональным группам.

По тематической направленности конфликтных комментариев преобладает негативная презентация государственной политики (44,3%) и провоцирование этноконфессиональных конфликтов (37,4%). Негативная презентация этнической идентичности встречается реже (12,2). Практически не встречаются записи, направленные на негативную презентацию конфессиональной идентичности, провоцирование протестной активности и ценностно-мировоззренческой конфликтности, негативную презентацию русского языка и российской культуры (рис. 9).

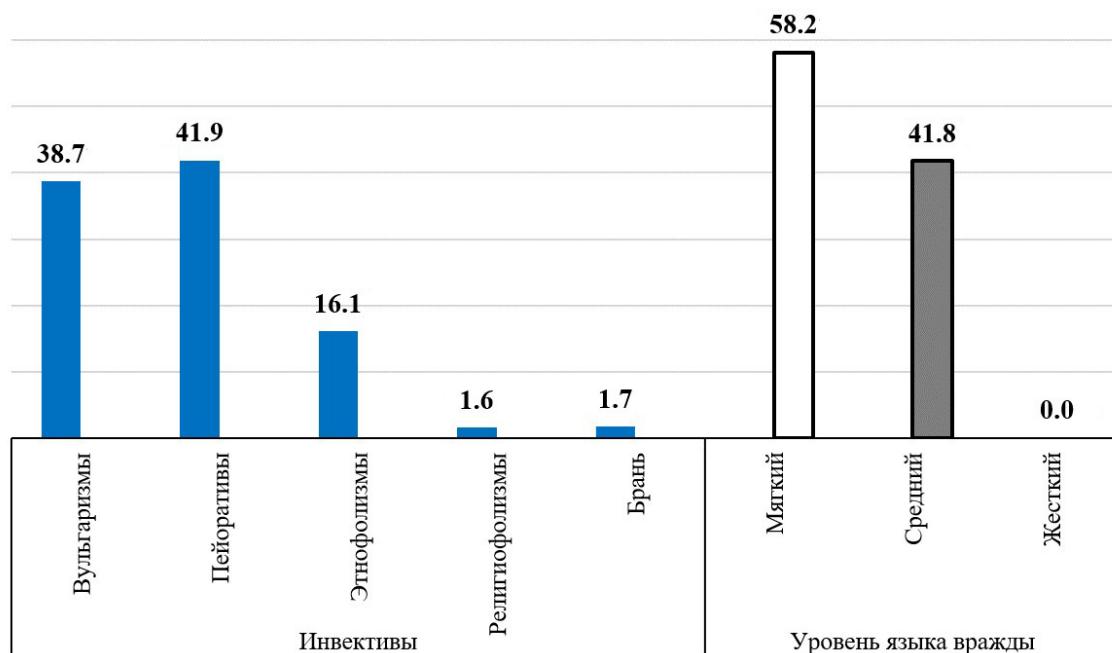


Рис. 7. Частотность применения основных видов инвективной лексики и уровень языка вражды в конфликтных комментариях (выборка по Карачаево-Черкесии), %

Fig. 7. Frequency of use of the main types of injective vocabulary and level of hate speech in conflict comments (sample for Karachay-Cherkessia), %

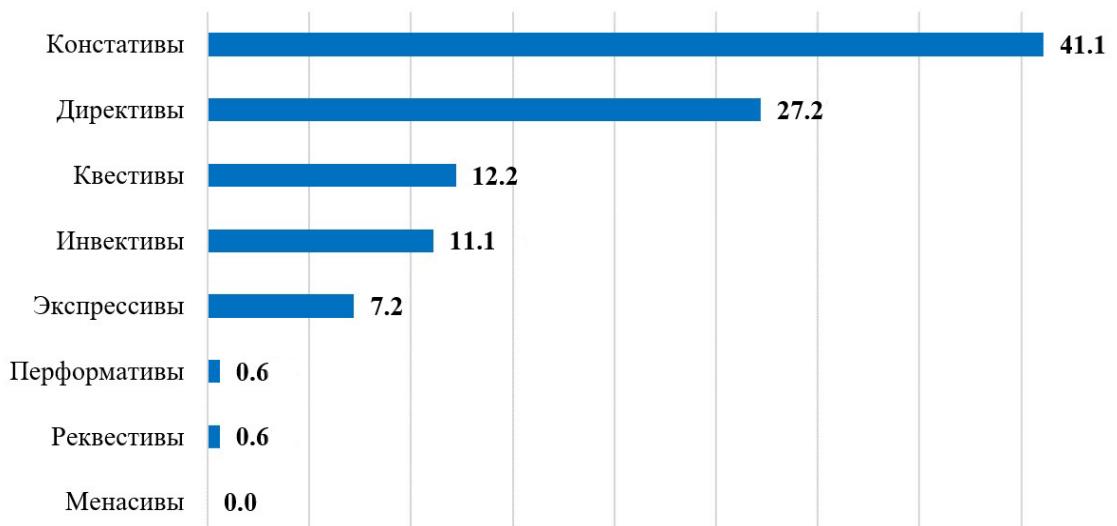


Рис. 8. Типы речевых актов в конфликтных комментариях (выборка по Карачаево-Черкесии), %

Fig. 8. Types of speech acts in conflict comments (sample for Karachay-Cherkessia), %

В отличие от конфликтного сегмента сетевого дискурса Дагестана, где преобладает позиционирование исламской солидарности, в провокативных записях Карачаево-Черкесского комментативного пространства прослеживается всплеск антимигрантских настроений. Инфоповодами, наряду с терактом в «Крокус Сити Холле», служили и новости о беспо-

рядках с участием мигрантов, происходивших в республике. Такие записи не содержали прямых призывов к насилию, однако в них прослеживаются явные и скрытые директивные акты к депортации мигрантов, в которых для усиления манипулятивного эффекта присутствуют пейоративы и этнофолизмы. «**Выгнать всех мигрантов из республики, нам своим**



Рис. 9. Тематическая направленность конфликтных комментариев (выборка по Карабаево-Черкесии), %

Fig. 9. Thematic determination of conflicting comments (sample for Karachay-Cherkessia), %

местным работы не хватает»⁴. Директивное высказывание, не содержащее инвектива, однако подкрепленное аргументов в форме констатива. «**Какого черта, мигранты нам абсолютно не нужны! И так хватает хлама в республике! Я не представляю, чтобы представители нашей республики так хоязничали, что в азербайджане, что в узбекистане, а у нас черт знает, что творится!**? Детей уже боишься выпускать на улицу! **Хозяева республики!**»⁵. В следующем высказывании применяется несколько речевых ходов. В экспрессивно-директивной форме выражается антимигрантская интенция. В форме квестива происходит информирование адресата о предполагаемых проблемах и в эмоциональной констативной форме утверждается, что мигранты стали «хозяевами республики». Применяется пейоративная метафора «хлам» и грубый экспрессивный фразеологизм «черт знает что». Директива «**Чемодан – вокзал – родной кишлак. Нехрен на чужой земле беспределить**»⁶ подкреплена недавно укоренившимся парцеллированным фразеологизмом «чемодан – вокзал» в трансформированном виде в стиле пренебрежительного призыва, конкретизация дестинации «родной кишлак» усиливает пейоративную интенцию. Адресант использует вульгаризм «нахрен» и неузальный просторечный глагол «беспределить» для усиления суггестии в рамках интимизации.

Особенностью речеактовой стратификации комментативного пространства Карабаево-Черкесского сетевого взаимодействия является преобладание директивов и констативов, строящихся с приоритетным использованием пейоративов и вульгаризмов, что маркирует мягкий язык вражды. Это связано с тем, что большинство комментариев, содержащих враждебную по отношению к мигрантам интенцию, сопровождаются имплицитными и эксплицитными призывами к их депортации. По тематической направленности наиболее часто встречаются комментарии содержащие негативную презентацию государственной политики и провоцирование этноконфессиональной конфликтности. Значимыми инфоповодами стали президентские выборы, теракт в «Крокус Сити Холле» и новости о нарушениях общественного порядка, упоминавшие мигрантов в качестве нарушителей.

Заключение

Результаты исследования подтверждают наличие корреляции между уровнем языка вражды и этнокультурной спецификой исследуемых регионов. В интернет-комментариях исследуемых полиэтнических регионов провокативный потенциал приобретает пласт пейоративной лексики, направленный на оскорбление или унижение оппонента по этническому или религиозному принципу – этнофолизмы и ре-

⁴URL: https://t.me/chat_chp_kchr/486050?comment=486246 (дата обращения: 13.04.2024).

⁵URL: https://t.me/chat_chp_kchr/486050?comment=486805 (дата обращения: 13.04.2024).

⁶URL: https://t.me/chat_chp_kchr/486895?comment=486914 (дата обращения: 13.04.2024).

лигиофолизмы, – что является специфической особенностью конфликтогенеза в речевом жанре интернет-комментария фронтирных регионов. Частотность их применения становится значимым маркером этноконфессиональной напряженности и конфликтогенности. Выявлена зависимость между способом выражения интернет-комментария и репликой-стимулом. Чем более значимым в социальном плане является инициальный инфоповод в социальных сетях фронтирных полигэтнических регионов, описываемый в новостном посте, тем более эмоциональным является реактивный комментарий, который включает в себя большее количество конфликтогенных единиц. Это приводит к возрастанию уровня языка вражды и интенсификации речевой агрессии. Анализ речеактовой стратификации, лексического наполнения и тематической детерминации текстов жанра сетевого комментария показало, что фронтирность данных регионов влияет на специфику реализации речевой агрессии. Комментарии, содержащие речевую агрессию, отличаются повышенной эмоциогенностью и широкими потенциями к экстраполяции конфликта из коммуникативной реальности на социальную реальность, несмотря на минимальное число прямых перформативов. Для достижения коммуникативного намерения по расширению дерогативного пространства делиберации в сетевом взаимодействии существенное преобладание демонстрируют констативы, инвективы, квестивы и директивы. Что продемонстрировано в таблицах относи-

тельной представленности речевых актов (см. рис. 2, 5, 8).

Относительный приоритет вульгаризмов и пейоративов в процессе эмотивизации и интимизации комментативных высказываний наблюдается в сетевой коммуникации всех фронтирных регионов. Существенное снижение уровня религиофолизмов или их полное отсутствие детерминировано либо локализацией участников коммуникативной интеракции, либо социокультурными паттернами взаимодействия в модерируемом делиберативном пространстве социальных сетей.

Сводная диаграмма тематической детерминации социально значимых инфоповодов в комментативном пространстве (рис. 10) демонстрирует существенное преобладание топосов негативизации отношения к ситуативно привязанной государственной политике и этно-конфессиональной конфликтивизации.

Преобладание мягкого языка вражды в Дагестане и Северной Осетии – Алании, минимальное число записей, содержащих мемасивы, угрозы-перформативы и открытые призывы к насилию свидетельствуют о невысоком уровне речевой агрессии и объясняется доминированием одной конфессиональной идентичности: исламской и православной. Большая доля среднего языка вражды в сетевых комментариях Карачаево-Черкесии объясняется наличием двух потенциально конфликтных конфессиональных идентичностей: исламской и православной и трех этнокультурных: карачаевской, черкесской и рус-

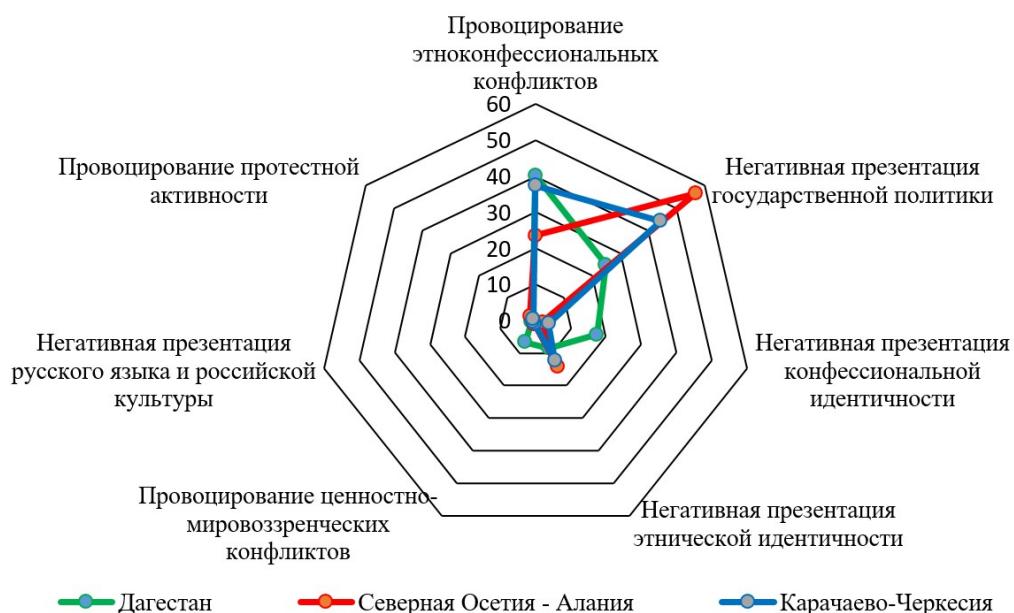


Рис. 10. Сравнительный анализ тематической направленности комментариев во фронтирных регионах, %

Fig. 10. Comparative analysis of the thematic focus of comments in frontier regions, %

ской. При этом наличие в комментариях существенного пласта пейоративной лексики в совокупности с значительной долей комментариев, направленных на провоцирование этноконфессиональных конфликтов в Карачаево-Черкесии и Дагестане, свидетельствует о потенциальной конфликтогенности сетевого дискурса данных фронтирных регионов. Была выявлена прямая зависимость между рели-

гиозным фактором и способами выражения речевой агрессии. Этнокультурные различия, детерминирующие значимость инфоповодов комментирования, влияют на тематическую направленность и лексическое наполнение агрессивных высказываний. Однако речеактивный состав в большей степени сохраняется в связи с северокавказской макрорегиональной спецификой исследуемых регионов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ахренова Н. А. Доминанты современной интернет-лингвистики. М. : Моск. гос. обл. ун-т, 2018. 363 с.
2. Викторова Е. Ю., Пантелейева К. В. Жанр интернет-комментария: аксиологический аспект // Жанры речи. 2023. Т. 18, № 1 (37). С. 66–73. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2023-18-1-37-66-73>
3. Щипцина Л. Ю. Жанровый статус сетевого комментария // Вестник Башкирского университета. 2015. Т. 20, № 2. С. 528–532.
4. Иванова С. В., Зубарева В. М. Жанровые особенности коммента как интернет-текста // Вестник Башкирского университета. 2013. Т. 18, № 4. С. 1147–1151.
5. Стексова Т. И. Комментарий как речевой жанр и его вариативность // Жанры речи. 2014. № 1 (9). С. 81–88.
6. Taddicken M., Bund K. Ich kommentiere, also bin ich. Community Research am Beispiel des Diskussionsforums der ZEIT Online // Die Online-Inhaltsanalyse. Forschungsobjekt Internet / eds. M. Welker, C. Wünsch. Köln : Herbert von Halem Verlag, 2010. S. 167–190.
7. Farina M. Facebook and Conversation Analysis: The Structure and Organization of Comment Threads. London : Bloomsbury Publishing, 2018. 232 p.
8. Митягина В. А. Коммуникативная интерактивность «в квадрате»: интернет-комментарий к массмедиа в социальной сети // Коммуникативные исследования. 2019. Т. 6, № 3. С. 712–725.
9. Батура Т. В., Корб А. В., Печенина А. М. Анализ иллокутивных функций высказываний на примере текстовых сообщений в Твиттере // Сибирский психологический журнал. 2015. № 58. С. 162–174. <https://doi.org/10.17223/17267080/58/12>
10. Серль Дж. Р. Что такое речевой акт? // Новое в зарубежной лингвистике. 1986. Вып. XVII. С. 151–170.
11. Стексова Т. И. Речевая агрессия в интернет-комментариях как проявление социальной напряженности // Политическая лингвистика. 2013. № 3 (45). С. 77–81.
12. Брокмайер Й., Харроп Р. Нарратив: проблемы и обещания одной альтернативной парадигмы // Вопросы философии. 2000. № 3. С. 29–42.
13. Dijk van T. Discourse as structure and process. London : Sage, 1997. 368 p.
14. Kinney T. A. Hate Speech and Ethnophaulisms // The International Encyclopedia of Communication. Blackwell, 2008.
15. Василенко Е. Н. «Язык вражды» как форма проявления конфликтов, основанных на стереотипах // Труды БГТУ. Серия 4 : Принт- и медиатехнологии. 2021. № 2 (249). С. 90–97.
16. Лопаткина С. В. Семантико-структурно-функциональный анализ языка вражды в современных
- массмедиа // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2021. № 4 (33). С. 76–81. <https://doi.org/10.36809/2309-9380-2021-33-76-81>
17. Руженцева Н. Б. Язык вражды и его представление в печатных СМИ: динамические процессы // Уральский филологический вестник. Серия : Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. 2022. № 2. С. 551–563.
18. Дементьев В. В. К проблеме интегрального описания речевых жанров // Жанры речи. 2024. Т. 19, № 1 (41). С. 6–22. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-1-41-6-22>, EDN: SEOJBY
19. Авдеев Е. А., Бредихин С. Н., Воробьев С. М. Стратагемно-тактическое варьирование в конфликтогенном сетевом дискурсе: глокализация ценностного пространства // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2024. № 1. С. 47–62. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2024-1-47-62>
20. Верховский А. М. Проблема этнической и религиозной нетерпимости в российских СМИ. М. : Панорама, 2002. 200 с.
21. Марченко Т. В., Бредихин С. Н. Системные модификации исходного содержания медийных поликодовых репрезентантов комплексных прецедентных феноменов // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2023. № 2. С. 70–85. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2023-2-70-85>

REFERENCES

1. Akhrenova N. A. *Dominanty sovremennoj internet-lingvistiki* [Dominants of modern Internet linguistics]. Moscow, Moscow Region State University Publ., 2018. 363 p. (in Russian).
2. Viktorova E. Yu., Pantelyeva K. V. Genre of Internet commentary: Axiological aspect. *Speech Genres*, 2023, vol. 18, no. 1 (37), pp. 66–73 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2023-18-1-37-66-73>
3. Shchipicina L. Yu. Genre status of online commentary. *Bulletin of the Bashkir University*, 2015, vol. 20, no. 2, pp. 528–532. (in Russian).
4. Ivanova S. V., Zubareva V. M. Genre features of commentary as an Internet text. *Bulletin of the Bashkir University*, 2013, vol. 18, no. 4, pp. 1147–1151 (in Russian).
5. Steksova T. I. Commentary as a speech genre and its variability. *Speech Genres*, 2014, no. 1 (9), pp. 81–88 (in Russian).
6. Taddicken M., Bund K. Ich kommentiere, also bin ich. Community Research am Beispiel des Diskussionsforums der ZEIT Online. In: Welker M., Wünsch C., eds. *Die Online-Inhaltsanalyse. Forschungsobjekt Internet*. Köln, Herbert von Halem Verlag, 2010. S. 167–190.

7. Farina M. *Facebook and Conversation Analysis: The Structure and Organization of Comment Threads*. London, Bloomsbury Publishing, 2018. 232 p.
8. Mityagina V. A. Communicative interactivity “squared”: Internet commentary on mass media on a social network. *Communication Studies*, 2019, vol. 6, no. 3, pp. 712–725 (in Russian).
9. Batura T. V., Korb A. V., Pechenkina A. M. Analysis of illocutionary functions of utterances using the example of text messages on Twitter. *Siberian Journal of Psychology*, 2015, no. 58, pp. 162–174 (in Russian). <https://doi.org/10.17223/17267080/58/12>
10. Searle J. R. What is a speech act? *New in Foreign Linguistics*, 1986, vol. XVII, pp. 151–170 (in Russian).
11. Steksova T. I. Verbal aggression in Internet comments as a manifestation of social tension. *Political Linguistics*, 2013, no. 3 (45), pp. 77–81 (in Russian).
12. Brockmeyer J., Harre R. Narrative: The problems and promises of one alternative paradigm. *Questions of Philosophy*, 2000, no. 3, pp. 29–42 (in Russian).
13. Dijk van T. *Discourse as structure and process*. London, Sage, 1997. 368 p.
14. Kinney T. A. Hate Speech and Ethnophaulisms. *The International Encyclopedia of Communication*. Blackwell, 2008.
15. Vasilenko E. N. “Hate speech” as a form of manifestation of conflicts based on stereotypes. *Proceedings of BSTU. Series 4: Print and Media Technologies*, 2021, no. 2 (249), pp. 90–97 (in Russian).
16. Lopatkina S. V. Semantic-structural-functional analysis of hate speech in modern mass media. *Bulletin of Omsk State Pedagogical University. Humanities studies*, 2021, no. 4 (33), pp. 76–81. <https://doi.org/10.36809/2309-9380-2021-33-76-81> (in Russian).
17. Ruzhentseva N. B. Hate speech and its representation in print media: Dynamic processes. *Ural Philological Bulletin. Series : Language. System. Personality: Linguistics of creativity*, 2022, no. 2, pp. 551–563 (in Russian).
18. Dementyev V. V. On the problem of integral description of speech genres. *Speech Genres*, 2024, vol. 19, no. 1 (41), pp. 6–22 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-1-41-6-22>, EDN: SEOJBY
19. Avdeev E. A., Bredikhin S. N., Vorobiev S. M. Stratagemic and tactical variation in conflictogenic network discourse: Glocalization of value space. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*, 2024, no. 1, pp. 47–62 (in Russian). <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2024-1-47-62>
20. Verkhovsky A. M. *Problema etnicheskoi i religioznoi neterpimosti v rossiiskikh SMI* [The problem of ethnic and religious intolerance in Russian media]. Moscow, Panorama, 2002. 200 p. (in Russian).
21. Marchenko T. V., Bredikhin S. N. System modifications of the initial content of media polycode representatives in complex precedent phenomena. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*, 2023, no. 2, pp. 70–85 (in Russian). <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2023-2-70-85>

Поступила в редакцию 03.05.2024; одобрена после рецензирования 17.06.2024;
принята к публикации 17.06.2024; опубликована 30.09.2025

The article was submitted 03.05.2024; approved after reviewing 17.06.2024;
accepted for publication 17.06.2024; published 30.09.2025

Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 351–360

Speech Genres, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 351–360

<https://zhanry-rechi.sgu.ru> <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-351-360>, EDN: ZJMCUD

Научная статья

УДК 811.161.1'27'42:004.738.5

Инфоцыганский дискурс: речевые жанры, стратегии, тактики (на материале русского языка)

Е. Н. Шеховцева¹✉, И. В. Кожухова²

¹ Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева, Россия, 414056, г. Астрахань, ул. Татищева, д. 20а

² Челябинский государственный университет, Россия, 454001, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, д. 129

Шеховцева (Горбачева) Елена Николаевна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры английской филологии, лингводидактики и перевода, elen-gorbachyova@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3192-4869>

Кожухова Ирина Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теории и практики английского языка, vinantov@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6842-2184>

Аннотация. Рассматривается инфоцыганский дискурс как особый вид маркетинговой дискурсивной практики: определяются его коммуникативная цель, агенты и клиенты; выделяются и анализируются основные речевые жанры и коммуникативные стратегии и тактики, реализуемые в них, через призму маркетинговой автоворонки продаж Тони Роббинса, считающегося «отцом инфоцыганства»; обосновывается нецелесообразность его отнесения к мошенническому дискурсу. Актуальность исследования обусловлена ростом интереса ученых разных научных областей к феномену инфоцыганства и недостаточной изученностью его лингвистической стороны. Материалом исследования послужили русскоязычные тексты инфоцыганского дискурса, посвященные продвижению инфопродуктов – обучающих онлайн-курсов. Результаты исследования показали, что разные элементы маркетинговой автоворонки актуализируются в речевых жанрах инфоцыганского дискурса, которые можно разделить на информативные элементарные и комплексные, оценочные элементарные и комплексные, императивные элементарные и комплексные. Актуализация осуществляется с помощью манипулятивных стратегий: стратегии позиционирования информационного продукта, стратегии апелляции к проблемной ситуации адресата и стратегии апелляции к успеху. Выделенные стратегии реализуются посредством тактик аргументирования, обещания, интимизации общения, эмоционального воздействия, нагнетания негативных оценок, одобрения/критики, создания положительного образа компании/инфопродукта, директивной тактики.

Ключевые слова: инфоцыганский дискурс, инфопродукт, речевой жанр, коммуникативная стратегия, тактика

Для цитирования: Шеховцева Е. Н., Кожухова И. В. Инфоцыганский дискурс: речевые жанры, стратегии, тактики (на материале русского языка) // Жанры речи. 2025. Т. 20, № 3 (47). С. 351–360. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-351-360>, EDN: ZJMCUD

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Online conman discourse: Speech genres, strategies, tactics (based on the Russian language)

Е. Н. Shekhovtseva¹✉, I. V. Kozhukhova²

¹ Astrakhan State University named after V. N. Tatishchev, 20a Tatishchev St., Astrakhan 414056, Russia

² Chelyabinsk State University, 129 Br. Kashirinykh St., Chelyabinsk 454001, Russia

Elena N. Shekhovtseva (Gorbacheva), elen-gorbachyova@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3192-4869>

Irina V. Kozhukhova, vinantov@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6842-2184>

Abstract. The article considers online conman discourse as a special type of marketing discursive practice: its communicative purpose, agents and clients are defined; the main speech genres and communicative strategies and tactics, which are implemented in them, are singled out and analyzed through the prism of Tony Robbin's marketing sales funnel; the inexpediency of its attribution to fraudulent discourse is substantiated. The relevance of the study is due to the growing interest of scientists from various scientific fields in the phenomenon of infogypsyism and the insufficient study of its linguistic side. The material for the study was the Russian texts of online conman discourse dedicated to the promotion of information products – online courses. The results of the study showed that different elements of the marketing sales funnel are actualized in the speech genres of conman discourse, which can be divided into informative elementary and complex, evaluative elementary and complex, imperative elementary and complex. Actualization is carried out with the help of manipulative strategies: the strategy of positioning the information product, the strategy of appeal to the addressee's problem situation and the strategy of appeal to success. The identified strategies are implemented through the tactics of argumentation, promise, intimisation of communication, emotional impact, inflaming negative assessments, approval/criticism, creating a positive image of the company/information product, directive tactics.

Keywords: online conman discourse, information product, speech genre, strategy of communication, tactics

For citation: Shekhovtseva E. N., Kozhukhova I. V. Online conman discourse: Speech genres, strategies, tactics (based on the Russian language). *Speech Genres*, 2025, vol. 20, no. 3 (47), pp. 351–360 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-351-360>, EDN: ZJMCUD

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Введение

Инфоцыганство стало одним из заметных явлений в современном российском медиапространстве за относительно короткий промежуток времени, начиная с 2017 г., когда в русскоязычном медиасегменте появилась его первая номинация [1: 89]. Явление инфоцыганства активно изучается с позиций социологии, экономики и маркетинга, наблюдается определенный интерес к инфоцыганству с точки зрения юриспруденции и лингвистики.

С позиций социологии анализируются рекламные кампании «инфоцыганских» учебных курсов, основные способы воздействия на аудиторию, инструменты конструирования личного бренда блогера, выступающего в качестве эксперта инфопродукта [2, 3]. Отмечается, что создатели инфопродуктов апеллируют к решению глобальных, а не точечных проблем, обращаются к широким темам с использованием размытых формулировок, активно используют манипулятивные технологии, не предоставляют четкий учебный план, у них отсутствуют юридические основания для оплаты (например, договор) [2].

В работе Д. М. Костина выделяются факторы, способствующие развитию инфоцыганства: 1) личностные характеристики интернет-пользователей, представляющих целевую аудиторию инфоцыган (склонность к перфекционизму, тревожность, неуверенность в себе, низкая самооценка, стремление к получению новой информации); 2) быстрое развитие технологий; 3) потребность общества в доступности и постоянном обновлении информации в Интернете [4: 44]. Экономический анализ ключевых элементов бизнес-модели инфоцыганства – продукта, продавца, конкурентов и потребите-

ля – показывает, что ценность инфопродукта обусловлена его способностью удовлетворять широкий набор потребностей и его востребованностью в кризисных условиях [5: 1175].

Инфоцыганство рассматривается как пример квазимаркетинга – особого мировоззренческого инструмента, обеспечивающего господство эрзац философии на квазирынке и осуществляющего «управление потребительскими предпочтениями контрпродуктивными средствами манипуляции» [6: 227–228]. К обычным маркетинговым приемам при продвижении инфопродуктов относятся так называемый «прогрев», представляющий собой продающий сценарий, представление самого инфопродукта и последующий тайм-оффер [7: 627].

Инфоцыганство является объектом изучения юриспруденции. А. И. Нугуманова и А. В. Лыжова приводят основные признаки инфоцыганства как мошенничества: громкое название инфопродукта, «прогрев» курса, тайм-оффер (ограниченное количество мест, ограниченное время продаж, предоставление скидок в первые часы продаж), положительные отзывы участников других потоков курса, нагнетание проблем, история успеха блогера – создателя инфопродукта – или участников, которые уже прошли курс, отсутствие у инфоцыган соответствующего профессионального образования и образовательной лицензии [8]. Однако отнесение инфоцыганства к мошенничеству как к тяжкому преступлению представляется проблематичным с юридической стороны: действия инфоцыган сложно соотнести с какой-либо из уголовных диспозиций, хотя с 2022 г. в России начали проводить активную политику по борьбе с инфоцыганами [9].

Анализ публикаций по теме исследования показывает недостаточный уровень описания языковой стороны инфоцыганства [10]. Цель данного исследования состоит в изучении основных речевых жанров инфоцыганского дискурса, а также коммуникативных стратегий и тактик, реализуемых в них. Материалом исследования послужили тексты, опубликованные на сайте <http://4brain.ru>, на котором проявляются инфопродукты – обучающие онлайн-курсы. Проанализированы разножанровые тексты, направленные на продвижение 95 курсов. Отметим, что мы не анализировали онлайн-уроки, поскольку, во-первых, этот контент платный, а во-вторых, мы относим онлайн-урок к жанрам, находящимся на стыке инфоцыганского и педагогического видов дискурса, требующим отдельного исследования.

Основная часть

Конститутивные признаки инфоцыганского дискурса

Под дискурсом инфоцыганства мы понимаем **особый вид маркетингового дискурса, целью которого является подведение адресата путем применения манипулятивных стратегий к желанию приобрести информационный продукт без заключения договора между его производителем и потребителем, что делает ценность продукта негарантированной**. Будучи разновидностью маркетингового дискурса, инфоцыганский дискурс относится к институциональным видам дискурса, чья институциональность предполагает «формальную данность и легитимность институтов – определенных общественных организаций, регулирующих деятельность и социальные отношения на основе экономических, правовых, этических и т. п. норм» [11: 16]. Считается, что маркетинговая дискурсивная практика так или иначе связана с другими институциональными видами дискурса: деловым, рекламным, научным, экономическим [12, 13]. Подчеркивается многообразность маркетингового дискурса: с одной стороны, он способствует продвижению товаров на рынке, с другой стороны – имеет коммуникативное воздействие на участников маркетинговой коммуникации и участвует в процессе планирования в соответствии с поставленной коммуникативной задачей и прогнозом ситуации, которая может сложиться в результате общения [14: 83].

При анализе инфоцыганского дискурса возникает вопрос о его связи с мошенническим дискурсом. Сравнив инфоцыганскую дискурсивную практику с мошенническим дискурсом, рассмотренным в работе И. В. Смирновой, посвященной изучению ключевого жанра мошен-

нического дискурса – «развод» / «разводило» [15], мы пришли к выводу, что со стороны языкового воплощения отнесение инфоцыганства к мошенничеству не имеет оснований. Так, базовые цели обоих видов дискурса могут быть схожи: как инфоцыгане, так и мошенники стремятся получить выгоду «путем обмана или злоупотребления доверием» [15: 90]. Однако по другим параметрам наблюдаются различия. Во-первых, инфоцыганский дискурс отличается от мошеннического по коммуникативной цели: если в мошенничестве коммуникативная цель определяется как «обман, направленный на получение выгоды» [15: 91], то для инфоцыганства характерно введение адресата в заблуждение путем завышения ценности инфопродукта, наделения продукта уникальными свойствами и характеристиками. Во-вторых, различается самопрезентация адресанта: в то время как в мошенничестве актуализируется «ложная самоидентификация адресанта» [15: 92], в случае с инфоцыганством адресант первоначально создает и активно поддерживает представление о себе, нередко сокращая коммуникативную дистанцию и предоставляя информацию о своем прошлом, ближнем окружении, своих ценностях и др. В-третьих, значительно различаются используемые коммуникативные стратегии: если ключевой стратегией (интернет) мошенников является апелляция к страху (с тактиками внушения страха за свое материальное благополучие, за безопасность близкого, внушения боязни общественного порицания) [15: 90], то инфоцыгане главным образом апеллируют к успеху. Характер воздействия в обеих дискурсивных практиках также различается: мошеннический дискурс характеризуется точечным воздействием (телефонный звонок, сообщение или письмо конкретному человеку), в то время как в инфоцыганском дискурсе адресат массовый, погружен в микромир создателя инфопродукта с более мягкими манипуляциями и отсутствием апелляции к страху.

Агентами инфоцыганского дискурса, или авторами инфоцыганских текстов, являются «инфоцыгане» / «инфобизнесмены», т. е. продавцы информационного продукта (блогеры, коучи, мотиваторы, бизнес-тренеры, психологи). В русском языке выделяют следующие синонимы лексемы «инфоцыган»: «обманщик», «жулик», «разводила», «мошенник», «продавец воздуха», «лохотронщик» [16]. Все они имеют отрицательное значение, как и номинация «инфоцыган». П. С. Кулиева характеризует автора инфоцыганского текста как состоятельного, успешного человека, который, с одной стороны, демонстрирует свои достижения, с другой – показывает свою жизнь «до», что сближает его с потенциальным потребителем услуги, ак-

центрируя внимание на мнимых потребностях и желаниях [17: 568]. Клиентами инфоцыганского дискурса потенциально являются все пользователи Интернета. П. С. Кулиева описывает образ адресата как «типичный пользователь сети», сокращающий коммуникативную дистанцию за счет маркеров внутригрупповой принадлежности, риторических элементов коммуникативного сближения [17: 68].

Важным конститутивным признаком рассматриваемого дискурса являются речевые жанры, которые мы классифицировали по коммуникативной цели и структуре, объединив соответственно типологии Т. В. Шмелевой [18] и М. Ю. Федосюка [19: 104]. При этом мы исходили из понимания речевого жанра как базовой единицы речи / текста / дискурса, а речевой акт считали частным случаем речевого жанра, или субжанром (данная трактовка свойственна дискурсивно-прагматическому жанроведению [20: 12]):

- информативные элементарные: сообщение (сводится к констатации фактов о количестве людей, прошедших обучение, о средней оценке, данной курсу этими людьми, и т. п.);
- информативные комплексные: рекламное сообщение, трейлер курса, блог;
- оценочные элементарные: одобрение / критика (со стороны обучающихся), соответствующие одному речевому акту;
- оценочные комплексные: опрос (тестирование до и после прохождения курса), отзыв (заметки обучающегося после каждого урока, отзывы обучающихся после прохождения курса), афоризм;
- императивные элементарные либо комплексные в зависимости от субжанрового (речеактового) состава: призыв, предложение, совет.

В вышеуказанных речевых жанрах реализуются коммуникативные стратегии, имеющие манипулятивный характер. К ним мы относим стратегию позиционирования информационного продукта, стратегию апелляции к проблемной ситуации адресата и стратегию апелляции к успеху. Выделенные коммуникативные стратегии встраиваются в концепцию автоворонки продаж Тони Роббинса, «отца инфоцыганства», включающей в себя такие элементы, как «Предпродажная стратегия» (включает в себя «прогрев» аудитории, искусственно созданные отзывы и ажиотаж), «Ретаргетинговая реклама для обхождения баннерной слепоты» (состоит из «социальных пруфов, или доказательств», призванных подтолкнуть адресата к приобретению инфопродукта по примеру других людей), «Техника павлина» (заключается в демонстрации продавцом своих лучших постов из разных социальных сетей на разных медиа

платформах), «Контекстная реклама» (состоит в предоставлении отзывов и бесплатного контента), «Мини-воронки» (предложение продукта, (якобы) удовлетворяющего потребность конкретного человека, создание видимости индивидуального набора решений), «Призыв к действию», «Узнай, как улучшить свою жизнь» (заключается в обнажении проблем аудитории) [6: 230]. Проанализировав фактический материал, мы выявили примеры актуализации в нем всех элементов маркетинговой автоворонки, кроме «ретаргетинговой рекламы» и «техники павлина».

Речевые жанры инфоцыганского дискурса. Стратегии и тактики, реализуемые в них

На этапе актуализации *маркетинговой предпродажной стратегии* для «прогрева» аудитории в инфоцыганском дискурсе используются речевые жанры «сообщение», «блог», «афоризм» и «опрос», реализующие коммуникативную стратегию позиционирования инфопродукта. Элементарный информативный жанр сообщения предполагает объективную подачу наблюдаемого факта внеязыковой действительности, его констатацию, таким образом актуализируя в дискурсе различные явления объективной социальной реальности посредством речевого действия констатива. В инфоцыганском дискурсе сообщение используется для реализации стратегии позиционирования инфопродукта с помощью языковых средств, выражающих объективную модальность, а именно значение реальности (формы изъявительного наклонения глаголов, статистические данные): *Программу прошло 17750 человек. Средняя оценка от наших пользователей: 8.5/10. По данным Яндекс.Метрики, более 30 млн человек изучали материалы на <...>. Более 1,8 млн человек зарегистрировались на платформе. Наши курсы прошли уже более 70 тыс. человек. А 23% пользователей проходя 1 курса.*

Средства выражения объективной модальности в сообщении служат реализации аргументативной тактики и тактики создания положительного образа компании, занимающейся созданием и продвижением онлайн-курсов, и позволяют в рамках стратегии позиционирования инфопродукта выделить такую его характеристику, как исключительность, апеллируя к большому количеству людей, прошедших онлайн-обучение.

Информативный жанр «блог» и оценочный жанр «афоризм» используются в инфоцыганском дискурсе для позиционирования онлайн-курса как актуального инфопродукта. Это осуществляется посредством презентации ценностей, важных для целевой аудитории. Для

убедительности используется аргументативная тактика, в частности, аргумент к авторитету:

Перед тем, как отправиться в кругосветное плавание по волнам себя, приглашаем ознакомиться с ключевыми прозрениями самых видных мудрецов планеты на эту тему. Аристотель расценивал аутентичность как способность оценивать ситуацию с собственной позиции, а не с позиции окружающих. Размышления на эту тему можно встретить у Сократа и Платона.

Блог в инфоцыганском дискурсе представляет собой комплексный речевой жанр, основу которого составляет текст статьи, дополненный визуальным рядом. В приведенном примере отрывка из блога, посвященного проблеме самоопределения, актуализируется ценность аутентичности. Ее важность подчеркивается авторитетными мнениями древнегреческих философов.

Воображение дано человеку, чтобы утешить его в том, чего у него нет, а чувство юмора – чтобы утешить тем, что у него есть (Оскар Уайльд). В данном примере приводится афоризм, раскрывающий ценность чувства юмора в жизни человека.

Оценочный речевой жанр «опрос» используется на предпродажной стадии для реализации стратегии апелляции к проблемной ситуации адресата. Ее актуализация осуществляется как подведение адресата к мысли о существующей у него проблеме, решить которую можно благодаря предлагаемому курсу.

Это самое основное, что мы собирались вам рассказать о таком явлении, как деформация времени. Мы желаем, чтобы время всегда работало на вас. Мы ждем вас на наших программах «Критическое мышление» и «Когнитивистика» и предлагаем вам ответить на вопрос по теме статьи:

Приходилось ли вам сталкиваться с таким явлением, как деформация времени или деформация восприятия времени?

Да, время на уроках и лекциях тянулось бесконечно

Да, отпуск, каникулы и футбольный матч всегда пролетают, как одно мгновенье

Да, я думал(-а), что успею написать отчет за один день, а это растянулось на неделю

Да, однажды я выпил(-а) в пятницу, проснулся(-лась) во вторник и думал(-а), что сегодня суббота

Нет, у меня всегда все вовремя.

Опрос манипулятивно подталкивает адресата записаться на указанные курсы. Манипулятивность достигается благодаря тактике интимизации общения, которая заключается в интерактивности жанра опроса, его диалогичности, а также в простоте ответов,

их способности охватить потенциально большое количество респондентов из-за прецедентности ситуаций, описанных в них. Кроме того, манипулятивной оказывается тактика эмоционального воздействия, языковым средством манифестиции которой является антитеза «деформация времени» – «время, работающее на человека».

На той же *стадии предпродажи*, а также при выстраивании *маркетинговой миниворонки*, активно используются жанры рекламного сообщения и трейлера (по сути, трейлер обучающего курса – это аналог рекламного сообщения с видеорядом). Рекламное сообщение в инфоцыганском дискурсе относится к комплексным информативным жанрам (в соответствии с основной коммуникативной целью жанра – информировать адресата о преимуществах инфопродукта). Однако такая категоризация условна. Фактически рекламное сообщение в данной дискурсивной практике – это гипержанр, в который входят следующие субжанры:

- слоган: «Из мечты в цель», «Сам себе психолог в трудное время», «Улыбка – ключ к социальному успеху». На прагматическом уровне слоган соответствует косвенному речевому акту предложению и выполняет две основные функции: побудительную (воз действующую) функцию, которая является превалирующей, и – косвенно – информирующую функцию (слоган дает представление о концепции курса);
- обещание: За 4 недели вы получите более 20 инструментов и техник, чтобы ставить цели и достигать их более эффективно. Иллокуция комиссивных речевых актов, составляющих субжанр обещания, выражается с помощью глаголов в форме будущего времени изъявительного наклонения с семантикой получения результатов;
- объявление: Дорогие друзья! Мы запустили курс «Лучшие техники коммуникаций», в котором ставим перед собой цель научить любого человека применять техники, которые помогут эффективнее взаимодействовать с людьми, быть гибким в своем поведении, чтобы добиваться желаемого и выстраивать хорошие отношения с другими, будь то члены семьи или коллеги. На прагматическом уровне объявление в инфоцыганском дискурсе соответствует констативному речевому действию с обязательным добавлением апеллятивного речевого акта («Дорогие друзья!»);
- объяснение: Курс Вам подходит, если у вас много желаний и нереализованных целей, и вы не понимаете, что именно мешает вам их достичь и как расставить приоритеты. Коммуникативная цель речевого жанра объяснения в инфоцыганском

дискурсе заключается в разъяснении особенностей инфопродукта, что соответствует иллокуции экспозитивного речевого акта и позволяет сделать рекламное сообщение в целом структурированным и четким.

Рекламное сообщение и трейлер используются в инфоцыганском дискурсе для реализации трех основных коммуникативных стратегий: позиционирования инфопродукта, апелляции к проблемной ситуации и апелляции к успеху.

Реализуя стратегию позиционирования инфопродукта в рекламном сообщении / трейлере, адресанты выделяют такие качества обучающего онлайн-курса, как исключительность, информативность и структурированность.

Исключительность онлайн-курса концептуализируется как совокупность следующих характеристик: наличие у авторов опыта создания онлайн-курсов («Большой опыт», «более 7 лет на рынке»), практическая направленность курсов («Практика – основа обучения», «интерактивные упражнения», «комплексное развитие навыков и умений»), популярность в СМИ («про нас пишут», «мы выступаем», «освещается на многих сайтах», «победитель в номинации»). В данных примерах языковых средств реализуются тактики аргументирования и создания положительного образа компании.

Информативность курса оценивается по разным критериям. Рассмотрим примеры:

Как проходит обучение? Полная информация. В каждом из 16 уроков программы есть теоретический блок, разделенный на краткую и подробную части. Уроки содержат тесты с детальной интерпретацией ваших результатов.

Как выглядит урок? Нескучная и наглядная теория. Теория в курсе дается просто, емко и с иллюстрациями.

В приведенных примерах объяснения особенностей курса информативность обучающих материалов оценивается по таким критериям, как полнота информации, простота ее подачи, наглядность, способность вызвать интерес. Выраженные оценки являются средством реализации тактики создания положительного образа инфопродукта. Кроме того, в данных текстах реализуется тактика интимизации (создается иллюзия интерактивности за счет вопросно-ответных комплексов).

Структурированность инфопродукта сводится к его сложной организации и разнообразию средств обучения: Эти навыки вы сможете развить на курсе «Критическое мышление» за месяц по десяти урокам, в которых будет емкая теория, небольшие видео, много примеров, рабочий инструмент, а также тесты и тренажеры для отработки навыков. В данном отрывке из трейлера курса реализуется

тактика обещания. Убедительность высказыванию придает перечисление разнообразных средств обучения, призванных достичь обещанного результата.

Стратегия апелляции к проблемной ситуации допускает в рекламном сообщении следующие варианты актуализации:

- указание на проблемы, существующие в среде, окружающей адресата, потенциально важные лично для него и разрешимые благодаря прохождению обучающего курса:

Дорогие друзья! Мы запускаем новый курс «Критическое мышление: 10 ключевых навыков», в котором ставим себе задачу объяснить любому человеку, что такое критическое мышление и как его развивать, что особенно важно в эпоху информационного шума, где со всех сторон нас окружают манипуляции, пропаганда и фальсификации.

В приведенном примере объявления реализуется тактика нагнетания негативных оценок, способствующая созданию иллюзии объективности [21: 164]. Данный текст используется для актуализации маркетинговой предпродажной стратегии и служит для привлечения внимания аудитории;

- указание на сложное психологическое состояние, психологические проблемы адресата или его нахождение в затруднительной ситуации психологического характера, решение которой кроется в содержании обучающего курса:

Курс вам подходит, если:

Ваша работа сопряжена с постоянным стрессом и страхом за принятые решения. В вашем окружении есть токсичные люди, которые давят на ваше чувство вины или ревности. Вы очень остро переживаете любые неприятности, владеете в апатию и затяжную грусть.

В данном тексте объяснения реализуются тактики аргументирования и интимизации общения. Текст является примером выстраивания маркетинговой мини воронки: создается иллюзия индивидуального предложения, способного удовлетворить потребность в прохождении курса конкретного адресата.

Стратегия апелляции к успеху актуализируется в рекламном сообщении в двумя способами:

- как указание на необходимость преодоления трудностей, препятствующих достижению успеха:

Какие темы будут на курсе

Борьба со страхами

Как побороть страх быть неинтересным и непонятным, перестать бояться беседовать с незнакомыми людьми и получать обратную связь.

Данный текст объявления используется для «прогрева» аудитории в рамках маркетинговой предпродажной стратегии. В нем реализуется тактика эмоционального воздействия на адресата, осуществляяемого с помощью репрезентантов концепта «борьба» («борьба» и «побороть») и спецификаций эмоционального концепта «страх» («страх быть неинтересным», «страх быть непонятым», «бояться беседовать с незнакомыми людьми», «бояться получать обратную связь»).

Курс вам подходит, если:

Вы слишком эмоционально реагируете на любые новости и хотите научиться не реагировать на негатив разрушительно для себя. Ваша работа связана с частым общением с людьми и вам важно не выгорать и уметь держать эмоции под контролем.

Представленный текст объяснения используется при выстраивании мини-воронки продаж для создания иллюзии индивидуального решения психологических проблем. Здесь реализуются тактики аргументирования и интимизации общения;

- как указание на потенциальные изменения в жизнедеятельности адресата в лучшую сторону в результате прохождения курса. Это осуществляется в субжанре обещания посредством соответствующей тактики:

На этом курсе Вы:

Справитесь со страхом неудачи и чужого мнения, негативными установками про «нет времени» и «слишком сложно» и другими психологическими препятствиями на пути к цели. Вы научитесь определять свои истинные желания и превращать их в достижимые цели, выбирать правильную мотивацию, которая поможет не сдаваться на полпути.

Стоит отметить, что речевые жанры, реализующие стратегию апелляции к успеху, используются не только на этапе предпродажи или для выстраивания мини-воронки продаж, но и для актуализации компонента автоворонки продаж Тони Роббинса **«Узнай, как улучшить свою жизнь»**.

Следующий элемент автоворонки – **маркетинговая контекстная реклама** – актуализируется в инфоцыганском дискурсе в оценочных жанрах – одобрении / критике и отзывах обучающихся. С помощью этих жанров реализуется стратегия позиционирования инфопродукта: его репрезентация осуществляется посредством оценки наиболее важных для обучающихся аспектов онлайн-курса. Так, в отзывах обучающихся прежде всего выражается оценка информативности курсов:

Информации достаточно много, как основной, так и дополнительной.

Очень радует то, что нет воды, вся информация лаконична и полезна с ссылками

на источники для дополнительного ознакомления.

Очень глубокий информационный курс. Спасибо.

Содержание было полезным, практико-ориентированным, структурированным и интересным.

В представленных примерах отзывов информативность оценивается по таким критериям, как количество информации, ее релевантность, способность вызывать интерес, полнота, связь с практикой. Большинство выраженных оценок является средством реализации тактики одобрения. Тактика критики объективируется реже: *Самый крупный недостаток этого курса, возможно, заключается в том, что человек, не интересующийся психологией в целом, скорее всего, будет смущен некоторыми терминами и заключениями тестов.*

Еще одной характеристикой курсов, отраженной в отзывах обучающихся, является их структурированность: *Общее впечатление от курса «самопознание» отличное. Программа хорошо структурирована и все психологические тесты хорошо адаптированы и/или упрощены, что играет на пользу мотивации.*

Помимо оценочных жанров маркетинговая контекстная реклама представлена в субжанре рекламного сообщения – обещании разработчиков онлайн-курса предоставить бесплатные материалы или скидку на них, вернуть деньги, если курс не понравится и т. д. В нем, как и в отзывах обучающихся, реализуется стратегия позиционирования инфопродукта: *Подарим индивидуальный план развития soft skills. Получите бесплатно индивидуальную подборку материалов от <...>. Ответьте на 6 вопросов, и мы отправим вам на почту ссылки на статьи, книги, курсы, которые соответствуют вашим интересам.*

Для актуализации элемента автоворонки продаж **«Призыв к действию»** используются императивные жанры «призыв», «предложение» и «совет», побуждающие адресата записаться на курс, оплатить его, пройти тест, чтобы получить подборку учебных материалов, прочитать дополнительную рекомендуемую литературу и т. п. Призыв в инфоцыганском дискурсе выражается повелительным предложением и может быть элементарным речевым жанром, соответствующим инъюнктивному директивному акту («Вперед к цели!», «Купите заранее со скидкой 40!», «Получите бесплатно индивидуальную подборку материалов»), либо комплексным речевым жанром, в котором директивная иллокуция сочетается с комиссивной («Ответьте на наши вопросы, и мы отправим вам...»). Предложение и совет выражаются с помощью перформативных глаголов («предлагаем», «советуем»)

и представляют собой элементарные речевые жанры, соответствующие суггестивным директивным актам: *Предлагаем ответить на вопрос по теме статьи. Советуем: Узнайте больше на онлайн-программе «Из мечты в цель»*. В императивных жанрах посредством директивной тактики реализуется стратегия позиционирования инфопродукта.

Выводы

Инфоцыганский дискурс является видом маркетингового дискурса, предполагающего институциональное общение между агентом (продавцом инфопродукта) и клиентом (потенциально любым пользователем сети Интернет).

В информативных, оценочных и императивных речевых жанрах инфоцыганского дискурса актуализируются элементы маркетинговой автоворонки Тони Роббинса: «Предпродажная стратегия», «Контекстная реклама», «Мини-воронки», «Призыв к действию» и «Узнай, как улучшить свою жизнь». Это достигается с помощью манипулятивных стратегий: стратегии позиционирования информационного продукта, стратегии апелляции к проблемной ситуации адресата и стратегии апелляции к успеху.

Предпродажная стратегия направлена на «прогрев» аудитории, на привлечение ее внимания к инфопродукту. Актуализация данной маркетинговой стратегии осуществляется с помощью речевых жанров «сообщение», «блог», «афоризм» и «опрос». В сообщении, блоге и афоризме посредством аргументативной тактики и тактики создания положительного образа компании, занимающейся созданием и продвижением онлайн-курсов, реализуется коммуникативная стратегия позиционирования инфопродукта. В опросе тактики интимизации и эмоционального воздействия позволяют реализовать стратегию апелляции к проблемной ситуации: адресата подводят к мысли о существующей у него проблеме, решить которую можно благодаря предлагаемому курсу.

Актуализация той же предпродажной стратегии, а также маркетинговых мини-воронок, осуществляется с помощью жанров реклам-

ного сообщения и трейлера, используемых в инфоцыганском дискурсе для реализации трех основных коммуникативных стратегий: позиционирования инфопродукта, апелляции к проблемной ситуации и апелляции к успеху. Стратегия позиционирования инфопродукта реализуется с помощью тактик интимизации, создания положительного образа инфопродукта и компании, аргументативной тактики.

Стратегия апелляции к проблемной ситуации адресата реализуется в рекламном сообщении, а именно в субжанрах объявления и объяснения, и актуализируется как указание на проблемы, существующие в окружающей его среде или его собственные психологические проблемы. Для этого используются тактики нагнетания негативных оценок, аргументирования и интимизации.

Апелляция к успеху осуществляется в субжанрах рекламного сообщения – объявление, объяснение и обещание – как указание на необходимость преодоления трудностей, препятствующих достижению успеха, или на потенциальные изменения в жизнедеятельности адресата в лучшую сторону в результате прохождения курса. Для реализации данной стратегии используются тактики эмоционального воздействия, аргументирования, обещания и интимизации.

Речевые жанры, реализующие стратегию апелляции к успеху, актуализируют не только предпродажную стратегию или мини-воронки продаж, но и элемент маркетинговой автоворонки «Узнай, как улучшить свою жизнь».

Маркетинговая контекстная реклама актуализируется в оценочных жанрах – одобрении / критике и отзывах обучающихся, а также в субжанре рекламного сообщения – обещании. Эти жанры позволяют реализовать стратегию позиционирования инфопродукта с помощью тактик одобрения / критики, обещания и интимизации.

Элемент маркетинговой автоворонки «Призыв к действию» актуализируется в императивных жанрах «призыв», «предложение» и «совет», реализующих посредством директивной тактики стратегию позиционирования инфопродукта.

3. Завгородняя П. М. Эксперты или инфоцыгане: как блогеры продают свои курсы через Instagram // Социодиггер. 2021. Т. 2, № 5 (10). С. 42–44.

4. Костин Д. М. Инфоцыганство среди российских блогеров // Восточно-Европейский научный журнал. 2023. № 5, ч. 1 (90). С. 42–45. <https://doi.org/10.31618/ESSA.2782-1994.2023.1.90.363>

5. Руднева А. О. Бизнес-модель инфоцыганства в России на примере марафона желаний // Экономика и предпринимательство. 2022. № 2 (139). С. 1175–1179. <https://doi.org/10.34925/EIP.2022.139.2.235>

6. Солдаткина А. А. Основные содержательные аспекты и приемы квазимаркетинга (на примере инфо-

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Козловская Н. В. Инфоцыгане шумно толплю: размышления о ключевых словах текущего момента // Неология. Неография. 2021 : сборник научных статей Международной научной конференции, Санкт-Петербург, 01–02 декабря 2021 года. СПб. : Институт лингвистических исследований РАН, 2022. С. 89–93.
2. Большакова Н. Ф. Анализ рекламных кампаний на примере «марафона желаний» Елены Блиновской // Современный город: власть, управление, экономика. 2022. Т. 1. С. 358–363. <https://doi.org/10.15593/65.049-66/2022.37>

цыганства) // Человек. Социум. Общество. 2023. № 6. С. 227–235.

7. Ковалишина К. В. Некоторые аспекты предупреждения правонарушений в сфере прав и законных интересов физических лиц (на примере «инфоцыган») // Охрана и защита прав и законных интересов в современном праве : сборник статей по результатам II Международной научно-практической конференции : в 2 т. (Симферополь, 12 декабря 2022 г.) / сост. И. В. Хмиль, под ред. С. А. Трофимова, Е. В. Евсиковой. Т. 1. Симферополь : Ариал, 2023. С. 625–632.

8. Нугуманова А. И., Лыжова А. В. Продажа обучающих онлайн-продуктов как новый вид мошенничества // Наука молодых: вызовы и перспективы : сборник материалов Всероссийской с международным участием научно-практической конференции в рамках мероприятий «Дни науки – 2022 год», Великий Новгород, 11–15 апреля 2022 г. Великий Новгород : Новгородский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 2022. С. 176–180.

9. Ветрова О. Е. Мошенничество в информационно-коммуникационной сети «Интернет»: проблемы квалификации // Вестник молодого ученого Кузбасского института : сборник научных статей. Вып. 8. Новокузнецк : Кузбасский институт Федеральной службы исполнения наказаний, 2022. С. 24–27.

10. Кожухова И. В. Инфоцыганский текст: размышления об исследовании // Инновационные технологии и подходы в межкультурной коммуникации, лингвистике и лингводидактике : материалы II Всероссийской научной конференции, Барнаул, 1–2 ноября 2023 г. / под науч. ред. И. Ю. Колесова. Барнаул : АлтГПУ, 2024. С. 88–93.

11. Гусейнова И. А. Коммуникативно-прагматические основания жанровой системы в маркетинговом дискурсе : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2010. 44 с.

12. Аксютенкова Л. Г. Деривация как фактор эволюции терминосистемы (на материале терминологии «Рыночная экономика») : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2002. 20 с.

13. Махницкая Е. Ю. О современном экономическом дискурсе // Речь. Речевая деятельность. Текст: материалы научно-практической конференции (Таганрог, 15–16 мая 2002 г.). Таганрог : Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2002. С. 158–161.

14. Михайлова Л. М., Куриленко И. В. Особенности маркетингового дискурса как вида экономического дискурса // Гуманитарные и социальные науки. 2016. № 1. С. 81–87.

15. Смирнова И. В. Дискурс технически опосредованного мошенничества: жанр «развод» / «разводилово» и его стратегии // Жанры речи. 2024. Т. 19, № 1 (41). С. 90–103. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-1-90-103>.

16. Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений. URL: <http://synonymonline.ru> (дата обращения: 27.06.2024).

17. Кулиева П. С. «Инфоцыганский» текст как речевой жанр // Филология, иностранные языки и медиакоммуникации : материалы симпозиума в рамках XVII (XLIX) Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, Кемерово, 01–30 апреля 2022 г. / науч. ред. Е. В. Новгородова.

Вып. 23. Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2022. С. 568–572.

18. Шмелева Т. В. Модель речевого жанра // Жанры речи : сб. науч. ст. Саратов : ГосУНЦ «Колледж», 1997. Вып. 1. С. 88–98.

19. Федосюк М. Ю. Нерешенные вопросы теории речевых жанров // Вопросы языкоznания. 1997. № 5. С. 102–120.

20. Дементьев В. В. К проблеме интегрального описания речевых жанров // Жанры речи. 2024. Т. 19, № 1 (41). С. 6–22. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-1-41-6-22>, EDN: SEOJBY

21. Сквородников А. П., Королькова Э. А. Речевые тактики и языковые средства политической информационно-психологической войны в России: этико-прагматический аспект (на материале «Новой газеты») // Политическая лингвистика. 2015. № 3 (53). С. 160–172.

REFERENCES

1. Kozlovskaia N. V. Infotsygan: Reflections on the key word of the current moment. In: *Neology. Neography. 2021: Coll. of sci. arts. of the international sci. conf. Saint Petersburg, December 1–2, 2021*. Saint Petersburg, Institute for Linguistic Studies of the Russian Academy of Science Publ., 2022, pp. 89–93 (in Russian).
2. Bol'shakova N. F. Analysis of advertising campaigns on the example of “wish marathon” by Elena Blinovskaya. In: *Modern City: Power, Governing and Economy*, 2022, vol. 1, pp. 358–363 (in Russian). <https://doi.org/10.15593/65.049-66/2022.37>
3. Zavgorodniaia P. M. Experts or infogypsies: How bloggers sell their courses via Instagram. *Sotsiodigger*, 2021, vol. 2, no. 5 (10), pp. 42–44 (in Russian).
4. Kostin D. M. Online marketing fraud among Russian bloggers. *Eastern European Scientific Journals*, 2023, no. 5, part 1 (90), pp. 42–45 (in Russian). <https://doi.org/10.31618/ESSA.2782-1994.2023.1.90.363>
5. Rudneva A. O. Business model of infocyanism in Russia using the example of a marathon of desires. *Economics and Entrepreneurship*, 2022, no. 2 (139), pp. 1175–1179 (in Russian). <https://doi.org/10.34925/EIP.2022.139.2.235>
6. Soldatkina A. A. The main content aspects and techniques of quasi-marketing (using the example of infocyanism). *Person. Socium. Community*, 2023, no. 6, pp. 227–235 (in Russian).
7. Kovalishina K. V. Some aspects of prevention of offenses in the sphere of rights and legitimate interests of individuals (on the example of marketing fraud). Khmil' I. V., comp., Trofimova S. A., Evsikova E. V., eds. *Protection of rights and legitimate interests in modern law: Coll. of arts. based on the results of the II international sci. and pract. conf. (Simferopol, December 12, 2022): in 2 vols. Vol. 1*. Simferopol, Arial, 2023, pp. 625–632 (in Russian).
8. Nugumanova A. I., Lyzhova A. V. Selling online training products as a new type of fraud. In: *Youth Science: Challenges and Prospects: Coll. of arts. of All-Russian sci. and pract. conf. with intern. participation withing the framework of the events of the Days of Science 2022, Veliky Novgorod, April 11–15*. Velikii Novgorod, Branch of the Russian Academy of National Economy and Public Service under the President of the Russian Federation Publ., 2022, pp. 176–180 (in Russian).

9. Vetrova O. E. Fraud in the information and communication network Internet: Problems of qualification. *Bulletin of Young Scientist of the Kuzbass Institute*. Novokuznetsk, KI of the FPS of Russian Publ., 2022, iss. 8, pp. 24–27 (in Russian).
10. Kozhukhova I. V. Online conman text: Reflections on the future studies. Kolesov I. Y., ed. *Innovative Technologies and Approaches in Intercultural Communication, Linguistics, and Linguodidactics: Processing of the II All-Russian sci. conf.*, Barnaul, November 1–2, 2023. Barnaul, Altay State Pedagogical University Publ., 2024. pp. 88–93 (in Russian).
11. Guseinova I. A. *Communicative and Pragmatic Bases of Genre System in Marketing Discourse*. Thesis Diss. Dr. Sci. (Philol.). Moscow, 2010. 44 p. (in Russian).
12. Aksienkova L. G. *Derivation as a Factor in the Evolution of the Terminosystem (on the Material of the Terminology "Market Economy")*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philol.). Krasnodar, 2002. 20 p. (in Russian).
13. Makhnitskaya E. Yu. On contemporary economic discourse. In: *Speech. Speech activity. Text: Proceedings of the sci. and pract. conf. (Taganrog, May 15–16, 2002)*. Taganrog, Taganrog State Pedagogical Institute Publ., 2002, pp. 158–161 (in Russian).
14. Mikhailova L. M., Kurilenko I. V. The peculiarities of marketing discourse as a subtype of economic discourse. *Humanities and Social Sciences*, 2016, no. 1, pp. 81–87 (in Russian).
15. Smirnova I. V. The discourse of technically mediated fraud: the genre "razvod" / "razvodilovo" (≈ "swindle"/"con game") and its strategies. *Speech Genres*, 2024, vol. 19, no. 1 (41), pp. 90–103 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-1-41-90-103>
16. Slovar' russkikh sinonimov i skhodnykh po smyslu vyrazhenii (Dictionary of Russian Synonyms and Similar Expressions). Available at: <http://synonymomline.ru> (accessed Jube 27, 2024) (in Russian).
17. Kulieva P. S. Info-gypsy text as a speech genre. In: E. V. Novgorodova, ed. *Philology, Foreign Languages and Media Communications: Proceedings of the symposium within the framework of the XVII (XLIX) Intern. sci. conf. of postgraduate students and young scientists*. Kemerovo, April 1–30, 2022. Kemerovo, Kemerovo State University Publ., 2022, iss. 23, pp. 568–572 (in Russian).
18. Shmeleva T. V. Model of a speech genre. *Zhanry rechi : sb. nauch. st.* [Speech Genres: Coll. of sci. arts]. Saratov, GosUNTs "Kolledzh", 1997, iss. 1, pp. 88–98 (in Russian).
19. Fedosiuk M. Yu. Unsolved aspects in the theory of speech genres. *Voprosy iazykoznaniiia*, 1997, no. 5, pp. 102–120 (in Russian).
20. Dementyev V. V. On the problem of integral description of speech genres. *Speech Genres*, 2024, vol. 19, no. 1 (41), pp. 6–22. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-1-41-6-22>, EDN: SEOJBY (in Russian).
21. Skovorodnikov A. P., Korol'kova E. A. Speech tactics and language means of political information-psychological warfare in Russia: Ethical-pragmatic aspect (based on the material of the "Novaya Gazeta"). *Political Linguistics*, 2015, no. 3 (53), pp. 160–172 (in Russian).

Поступила в редакцию 05.09.2024; одобрена после рецензирования 10.10.2024;
принята к публикации 10.10.2024; опубликована 30.09.2025

The article was submitted 05.09.2024; approved after reviewing 10.10.2024;
accepted for publication 10.10.2024; published 30.09.2025

Редактор *Е. А. Митенёва*
Корректор *Е. А. Митенёва*
Технический редактор *С. С. Дударева*
Оригинал-макет подготовил *И. А. Каргин*

Адрес учредителя, издателя и издательства (редакции):
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Саратовский национальный исследовательский государственный университет
имени Н. Г. Чернышевского».
410012, Саратовская область, Саратов, ул. Астраханская, 83

Подписано в печать 22.09.2025. Подписано в свет 30.09.2025. Выход в свет 30.09.2025
Формат 60×84/8. Усл. печ. л. 17.5 (18.75). Тираж 100. Заказ 88-Т

Издательство (редакция) Саратовского университета.
410012, Саратов, Астраханская, 83.
Типография Саратовского университета.
410012, Саратов, Б. Казачья, 112А.