

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра русского языка и речевой коммуникации  
45.03.01 Филология

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой РЯиРК  
\_\_\_\_\_ И.В. Евсева

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**КОММЕНТАРИИ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ К  
ВЫПУСКАМ ПЕРЕДАЧИ Н. МИХАЛКОВА «БЕСОГОН TV»:  
ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Выпускник

В.А. Батурин

Научный руководитель

докт. филол. наук, профессор  
Г.А. Копнина

Красноярск 2020

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>3</b>
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЯ В АСПЕКТЕ ЛИНГВИСТИКИ ДИСКУРСА.....</b>	<b>6</b>
1.1. Лингвистика дискурса: обоснование теоретического статуса дисциплины.....	6
1.2. Интернет-дискурс: определение понятия, жанровая система.....	8
1.2.1. Интернет дискурс в системе других типов дискурса: основные признаки.....	8
1.2.2. Жанры интернет-дискурса: проблема классификации.....	15
1.2.3. Языковые особенности интернет-дискурса .....	19
1.3. Жанр интернет-комментария как объект лингвистического исследования.....	24
1.3.1. Определение и виды интернет-комментария.....	24
1.3.2. Лингвистические особенности интернет-комментария как жанра.....	27
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1.....</b>	<b>31</b>
<b>ГЛАВА 2. СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЯХ НА ПЛАТФОРМЕ YOUTUBE К ВЫПУСКАМ ПРОГРАММЫ Н. МИХАЛКОВА «БЕСОГОНТВ».....</b>	<b>33</b>
2.1. Определение и проблема классификации стратегий и тактик речевого воздействия.....	33
2.2. Частотность стратегий в интернет-комментариях разного типа.....	35
2.3. Стратегия поддержки и реализующие её тактики.....	39
2.4. Стратегия негативации и реализующие её тактики.....	46
2.5. Стратегия нейтрального информирования и реализующие её тактики	53
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2.....</b>	<b>57</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>59</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....</b>	<b>63</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Настоящее исследование выполнено в рамках лингвистики дискурса как активно развивающегося научного направления.

Интернет-дискурс всё чаще становится объектом интереса исследователей, как зарубежных [Crystal, 2006; 2011; Herring, 1996], так и отечественных [Галичкина, 2016; Колокольцева и др., 2012]. Преимущественно он рассматривается с позиций лингвопрагматики, лингвокультурологии [Компанцева, 2008] и жанроведения [Щипицина, 2009а]. Имеются отдельные публикации, посвященные исследованию жанра интернет-комментария [Щипицина, 2015; Горошко, Полякова, 2015] на материале интернет-комментариев к новостям в СМИ. Однако работы, посвященные изучению интернет-комментария с позиций лингвопрагматики, нам не известны, что позволяет говорить об исследовательской лакуне. Сказанное выше подтверждает **актуальность** данной работы.

**Объектом исследования** является комментарий к выпускам передачи «БесогонTV» как жанр интернет-коммуникации, представленный на платформе YouTube; **предметом исследования** – используемые в нем стратегии и тактики речевого воздействия.

**Цель исследования** – описание типов и особенностей речевого оформления стратегий и тактик воздействия в комментариях к выпускам передачи «БесогонTV» на платформе «YouTube».

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

- 1) представить краткий обзор научной литературы, посвящённой изучению интернет-дискурса и его жанров;
- 2) выявить и описать типы стратегий и тактик речевого воздействия в интернет-комментариях к передаче «БесогонTV» на платформе YouTube;
- 3) выявить и описать речевые особенности их оформления.

**Материалом** исследования послужили тексты интернет-комментариев пользователей, являющихся зрителями авторского медиапроекта Н.С. Михалкова «БесогонTV», размещённого на платформе «YouTube», к выпускам «Приклеить, прибить или повесить?», «Ну вот и всё» и «У кого в кармане государство» за период с 23 по 31 мая. В процессе сбора материала использовался метод сплошной выборки. Общий объём проанализированных текстов составил 201 единицу.

В научный оборот вводится не изученный ранее материал, что составляет **новизну** исследования, позволившего выявить специфику речевого воздействия в интернет-комментариях к выпускам авторской программы Н.С. Михалкова «БесогонTV».

В процессе исследования применялись следующие **методы**: описательно-аналитический метод как непосредственное наблюдение над речевыми фактами, их интерпретация, классификация и обобщение полученных результатов; метод количественного подсчёта для выявления частоты употребления стратегий и тактик речевого воздействия в разных типах интернет-комментариев на платформе «YouTube»; метод коммуникативно-прагматического анализа текста.

**Теоретическая значимость** исследования заключается в том, что оно вносит вклад в теорию жанроведения путем детального описания одной из разновидностей жанра комментария.

**Практическая значимость** исследования заключается в том, что его результаты могут быть использованы при чтении спецкурсов, посвящённых лингвистике интернет-дискурса, генриктике, теории речевого воздействия.

**Структура работы.** Выпускная квалификационная работа состоит из двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложения. В первой главе «Теоретические основы изучения интернет-комментария в аспекте лингвистики дискурса» рассматриваются теоретические основы изучения интернет-дискурса и интернет-комментария: описываются признаки интернет-дискурса, языковые особенности, статус интернет-

комментария в системе жанров интернет-дискурса и его особенности. Во второй главе «Стратегии и тактики речевого воздействия в интернет-комментариях на платформе YouTube к выпускам программы Н. Михалкова “БесогонTV”» представлен опыт классификации интернет-комментариев по типу адресата и применяемых пользователями стратегий речевого воздействия, дана характеристика речевого оформления тактик, свойственных стратегии поддержки, стратегии негативации и стратегии нейтрального информирования. В заключении представлены основные выводы теоретической и практической части исследования. Список использованных источников включает 56 наименований.

# ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЯ: ДИСКУРСИВНЫЙ ПОДХОД

## 1.1. Лингвистика дискурса: обоснование теоретического статуса дисциплины

Дискурс – относительно новое понятие как для российской, так и для мировой науки. Начало его использования приходится на 60-70-е годы XX века [Чернявская, 2013: 11], и до сегодняшнего дня оно не потеряло своей актуальности.

Объектом лингвистики дискурса является непосредственно дискурс, который в науке в разное время понимался по-разному. Слово «дискурс» происходит от французского discours – «речь». Первые исследования дискурса появились в западной науке, для которой уже давно характерен повышенный интерес к исследованию текста и речи: «Интерес к изучению текста был обусловлен стремлением рассмотреть язык как цельное средство коммуникации, глубже изучить связи языка с различными сторонами человеческой деятельности, реализуемыми через текст. Интенсивное развитие лингвистики текста как науки о сущности, предпосылках и условиях человеческой коммуникации наметило поворот от лингвистики языка к лингвистике речи» [Хурматуллин, 2009: 32].

Долгое время в науке существовало множество подходов к пониманию термина «дискурс». Причиной этого были в том числе разногласия исследователей в соотношении понятий текста и дискурса. В разное время под дискурсом понимались «связанная речь, поток речи, сложное синтаксическое целое, сверхфразовое единство, текст и даже определенный тип ментальности» [Болтнева, 2015: 47]; «способ говорения», который «обязательно имеет определение – какой или чей дискурс, ибо исследователей интересует не дискурс вообще, а его конкретные разновидности, задаваемые широким набором параметров: чисто языковыми

отличительными чертами (в той мере, в какой они могут быть отчетливо идентифицированы), стилистической спецификой (во многом определяемой количественными тенденциями в использовании языковых средств), а также спецификой тематики, систем убеждений, способов рассуждения и т. д. Более того, предполагается, что способ говорения во многом предопределяет и создает саму предметную сферу дискурса, а также соответствующие ей социальные институты» [Хурматуллин, 2009: 35]. Стали писать о «дискурсах» различных сфер жизни, где так или иначе используется текст: дискурсе телевидения, газет, писателей и т.д.

На сегодняшний день многие исследователи более или менее единодушны в определении дискурса. Одно из наиболее точных определений этого понятия, по мнению многих, представлено в работах Н. Д. Арутюновой. В них дискурс трактуется как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами»; «речь, "погруженная в жизнь"» [Арутюнова, 1990]. В.И. Карасик, следуя за Н.Д. Арутюновой, пишет, что дискурс – это «текст, погруженный в ситуацию общения, или <...> в жизнь» [Карасик, 2015].

Исследованием дискурса в языкознании занимается специальный раздел – лингвистика дискурса. В отличие от лингвистики текста, предметом лингвистики дискурса является не текст, а целое множество текстов. В.Е. Чернявская замечает, что дискурс рассматривается в качестве «совокупности многих отдельных текстов, уже существующих и потенциально возможных» [Чернявская, 2013: 122].

В лингвистике дискурса текст рассматривается не как отдельное речевое образование, а в совокупности с другими текстами и экстралингвистическими факторами их создания: «Преимущество дискурса как единицы операционального анализа заключается в том, что он позволяет от текста как относительно законченной, формально ограниченной сущности, построенной по своим внутритекстовым законам, идти к другим текстам»

[Там же]. Подобным пространством со множеством сосуществующих и взаимодействующих текстов стал интернет.

Важную роль среды для коммуникации между людьми интернет стал приобретать сравнительно недавно – в конце XX – начале XXI в. – в связи с появлением технологии веб 2.0, позволившей пользователям самостоятельно заниматься наполнением веб-страниц, налаживанием общения [Горошко, 2012; Crystal, 2011]. Следствием этого стало формирование таких типов коммуникации, которые не имели прецедентов в истории, и уже это, в свою очередь, вызвало интерес лингвистов к такому явлению, как интернет-дискурс.

Итак, понимание дискурса в науке шло от понимания его как речи или собственно текста к пониманию его как совокупности «тематически соотнесенных текстов» [Чернявская, 2013: 115]. Повышенный интерес к явлению дискурса в лингвистике привел к формированию отдельной дисциплины – лингвистики дискурса. В отличие от лингвистики текста, она изучает текст не сам по себе, в отрыве от других текстов, а в совокупности с другими текстами, вследствие чего анализ дискурса представляет собой движение исследователя от текста к тексту.

## 1.2. Интернет-дискурс: определение понятия, жанровая система

### 1.2.1. Интернет-дискурс в системе других типов дискурса: основные признаки

Одним из устоявшихся в отечественной и зарубежной науке понятий, обозначающих коммуникацию посредством компьютерных технологий, телефонов, в том числе и с помощью интернета, является «компьютерно-опосредованная коммуникация» (является переводом с английского «computer-mediated communication»). Как пишет С. Херринг, его разработка и исследование активно производилась в 70-80-х годах XX века в работах



таких зарубежных учёных, как Н. Барон, М. Турофф [Herring, 1996: 13-14]. Значимой для распространения этого термина считают монографию С. Херринг под названием «Computer-mediated Communication, Linguistic, Social and Cross-cultural Perspective», после которой последовало открытие журнала «Journal of Computer-Mediated Communication», что способствовало укреплению понятия, определяющего новый тип коммуникации, в научной среде. Во вступительной части монографии «computer-mediated communication» определяется С. Херринг как «коммуникация между людьми посредством компьютеров» [Herring, 1996] (здесь и далее перевод наш. – В.Б.).

В отечественных исследованиях одной из первых применять термин «компьютерно-опосредованная коммуникация» начала И.Н. Розина, анализируя педагогические техники, которые могут использоваться во время обучения с помощью компьютерных технологий, процесс их интеграции в жизнь школы и университета [Розина, 2004]. Компьютерно-опосредованную коммуникацию она определяет как «новое прикладное направление, в котором исследуется использование людьми электронных сообщений (чаще мультимедийных) для формирования знания и взаимопонимания в разнообразных средах, контекстах и культурах» [Розина, 2007].

Не менее популярными по частоте использования считают термины «компьютерная коммуникация», «виртуальный дискурс», «компьютерный дискурс», «интернет-коммуникация», «интернет-дискурс» [Щипицина, 2009а: 234]. Несмотря на то, что каждый из них обозначает разные по своей сути аспекты изучения языка, используемого с помощью компьютерных технологий и в интернете, в некоторых работах эти понятия употребляются синонимически (см., например [Зеленовская, 2014; Мельникова, 2018]).

Интернет всё больше проникает в жизнь людей и становится площадкой для появления новых способов коммуникации, которые, в свою очередь, попадают в поле зрения лингвистов. Их исследование позволило

выделить отдельный тип дискурса, который бытует в сети интернет и получил название «интернет-дискурс».

Исследователи предлагают разные дефиниции интернет-дискурса. Так, например, Е.Е. Грибовод определяет его как речевое действие, «которое осуществляется посредством компьютерных коммуникаций, сети» [Грибовод, 2013]. Это понятие он считает синонимичным таким, как «виртуальный дискурс», «электронный дискурс», «компьютерный дискурс». Иное – более широкое – понимание интернет-дискурса у Е. В. Гориной: это **«совокупность сетевых продуктов, созданных и существующих в виртуально-реальных условиях, в рамках лингвистического и паралингвистического контекста и воспринимаемые адресатом с учетом реализующейся коммуникативной и когнитивной деятельности»** [Горина, 2016: 24]. Именно такого понимания мы и будем придерживаться в своей работе.

Несмотря на относительную новизну интернет-дискурса, учёным удалось выявить и описать некоторые его уникальные признаки.

Л.Ю. Щипицина описывает интернет-дискурс по следующим параметрам (основным признакам):

- 1) электронная форма существования текста;
- 2) гипертекстуальность;
- 3) мультимедийность;
- 4) интерактивность;
- 5) синхронность/асинхронность;
- 6) вариативность количества и эксплицированности коммуникантов

[Щипицина, 2011: 20].

Рассмотрим каждый из **основных признаков интернет-дискурса** более подробно.

**Электронная форма существования текста** подразумевает, что все тексты, бытующие в Интернете, имеют электронный вид (находятся на

серверах, на страницах сайтов и т.д.), канал передачи всей информации, находящейся в нём, состоит из электронных сигналов.

**Гипертекстуальность.** Термин «гипертекст» был введён американским учёным Тедом Нельсоном для обозначения документов, которые имеют «нелинейную структуру идей, в противоположность линейной структуре традиционных книг, фильмов и речи» [Эпштейн, 1988]. Выражается это прежде всего в гиперссылках – оформленной в виде текста ссылке, которая ведёт на другой сайт, другой раздел сайта/статьи. Гипертекстуальность является одной из важнейших особенностей интернет-коммуникации, так как перед пользователем открывается обширное поле для работы и общения. Наличие гиперссылок делает Интернет объёмным текстом со множеством взаимосвязей. Гипертекстуальность неразрывна связана с интертекстуальностью, основы исследования которой были заложены М.М. Бахтиным [Галичкина, 2012: 64]. Интертекстуальность, в свою очередь, определяется как «включение в текст целых других текстов с иным субъектом речи, либо их фрагментов в виде цитат, реминисценций и аллюзий» [Арнольд, 2010: 351; цит. по Щербаков, 2012].

**Мультимедийность** – возможность общаться не только с помощью языка, но и с помощью графических, видео- и аудио-файлов. Особенно ярко тенденция к использованию медийных форматов стала проявляться в последнее десятилетие с распространением мобильных технологий, которые нацелены на передачу информации с минимальной тратой времени. Несмотря на доминирование языка как средства общения в интернете, различные медийные форматы постепенно всё больше проникают в коммуникативную среду.

Под **интерактивностью** подразумевается возможность пользователей взаимодействовать с текстами друг друга, создавать непрерывную цепочку ответов на свой текст и тексты других людей [Галичкина, 2012: 66]. Наиболее интерактивными являются те жанры интернет-дискурса, где тексты

пользователей не проходят предварительную модерацию и общение происходит в режиме реального времени.

Интерактивность тесно связана с временным параметром коммуникации, а конкретно с её проявлениями – **синхронностью и асинхронностью**. Если отправленный текст адресанта, сигнал или знак сразу же появляются на компьютере адресата, то такой тип коммуникации считается синхронным [Галичкина, 2012: 65]. К нему можно отнести видеосвязь, мессенджеры, многопользовательские игры. К асинхронным видам относятся чаты, форумы, электронная почта, комментарии [Зудилина, 2011], однако и они могут относиться к синхронному типу коммуникации в зависимости от возможностей места коммуникации.

**Вариативность количества и эксплицированность коммуникантов** обуславливает тот факт, что интернет является по-настоящему многопользовательской площадкой, а соответственно, и количество коммуникантов может варьироваться от двух до множества, и у них есть возможность предоставить свои настоящие персональные данные, либо же скрыть их, сохранив анонимность.

Е.А. Горошко (вслед за Ю.М. Кузнецовой, Н.В. Чудовой и О.А. Донсковой) выделяют также **дополнительные, но не менее важные признаки**:

- 1) высокая степень анонимности;
- 2) слабая социальная регламентированность вербального поведения, снятие жёстких социальных конвенций и культурных границ;
- 3) отсутствие визуального контакта;
- 4) добровольность и желаемость контактов;
- 5) затруднённая эмоционального компонента общения в сочетании со стойким стремлением к эмоциональному наполнению текста как компенсаторной практики [Горошко, 2012: 29].

**Высокая степень анонимности** в интернете существенно усложняет работу лингвистам, социологам, психологам и всем, кто имеет дело с

исследованием этой среды. Многие сайты позволяют пользователям создавать профили без необходимости в указания достоверных личных данных (фамилии, имени, отчества, возраста, страны и города проживания и т.д.), что порождает множество пользователей, которые выдают себя за других лиц.

Из анонимности вытекает следующий признак интернет-коммуникации: **слабая регламентированность вербального поведения и снятие жёстких социальных конвенций и культурных границ.** Анонимность даёт пользователю ощущение вседозволенности, что порождает свободное отношение к используемому языку, а также свободное оперирование границами этики. Опасность в этом представляется не только для взрослых людей, но и для учащихся школ и студентов [Евсеева, Кожеко, 2014]. С другой стороны, разрушение некоторых границ, на которое коммуниканты неохотно идут в ситуации реального общения, положительно сказывается на коммуникации (например, способствует снятию языкового барьера).

**Отсутствие визуального контакта** всё ещё имеет место в интернет-коммуникации, однако технологические достижения позволяют в кратчайшие сроки установить видеосвязь с другим пользователем. Сегодня ситуация, где визуальный контакт не оступен в реальном общении, возможна только в случае, если один из коммуникантов не желает этот контакт устанавливать. Зарождение интернета как свободного пространства, где каждый может общаться с любым человеком на любые доступные темы, подразумевало, что пользователь волен **добровольно устанавливать контакт** с другим пользователем, если их желание в общении совпадает. Эта особенность сохранилась и по сей день, однако в некоторых случаях может нарушаться (например, спам).

Коммуникация в интернете представлена, прежде всего, текстами. В зависимости от уровня владения языком, коммуниканты по-разному выражают свои эмоциональные состояния и чувства. Стремление

компенсировать отсутствие невербальных знаков и дистантность во время общения выражено в их **графическом отображении с использованием паралингвистических средств**: смайликом, стикеров, эмодзи [Горошко, 2012: 32; Латипова, 2018].

В работе «Введение в компьютерную коммуникацию» Е.Н. Галичкина предлагает термины для описания конститутивных и аддитивных признаков компьютерной коммуникации, характерных и для интернет-коммуникации. К **конститутивным** признакам относятся: 1) *бимодальность*, то есть возможность общения в актуальном и сетевом режимах, 2) *металинеарность* – наличие гипертекстуальных связей данного текста и возможность его редактирования, 3) *креолизуемость* – возможность включения в текст невербальных знаков, что представляется как единое целое. В качестве **аддитивных** признаков исследователь выделяет: 1) *американизацию* (постепенное слияние норм общения, коммуникативного поведения русского и английского языков), 2) *ювенилизацию* (ориентацию современной культуры на поведение молодых людей, их интересы, способ общения и т.д.), 3) *виртуализацию* (обратное влияние общения в интернете на общение, происходящее в жизни), 4) *презентационность* (выделение своего творения среди множества других, уподобление его товару) и 5) *фетишизацию* («оценочную трансформацию картины мира под влиянием представителей об уподоблении мира компьютеру, обусловленная перенесением характеристик инструмента на субъекты, использующие инструмент») [Галичкина, 2016: 11]. Американизация отмечается не только в интернет-дискурсе, но и в языке вообще, независимо от сферы использования [Захватаева, 2012]. Остальные признаки также могут относиться как к интернет-дискурсу, так и к культуре большинства стран в целом. Тем не менее, именно интернет является тем местом, где глобализация в её симбиозе культур и языков имеет наиболее яркое выражение. Ювенилизация, о которой говорилось выше, играет в этом немаловажную роль.

Таким образом, интернет-дискурс обладает рядом отличительных признаков, которые позволяют выделить его среди других типов дискурса: электронная форма существования текста, мультимедийность, интерактивность, синхронность/асинхронность и креолизуемость, гипертекстуальность, вариативность количества и эксплицированности коммуникантов, а также дополнительные признаки – высокая степень анонимности, слабая регламентированность вербального поведения, отсутствие визуального контакта, добровольность и желаемость контактов, а компенсаторность эмоционального компонента общения. Наряду с этими признаками, интернет-дискурс имеет и жанровые отличия.

### 1.2.2. Жанры интернет-дискурса: проблема классификации

Возникновение и развитие различных жанров в интернет-дискурсе стало предметом изучения специальной отрасли интернет-лингвистики – виртуального жанроведения [Горошко, Жигалина, 2010]. В проблемное поле этой дисциплины входит рассмотрение вопросов:

- 1) «определение, выявление и описание виртуальных жанров;
- 2) составление модели описания и функционирования виртуальных жанров и их типологии;
- 3) анализ эволюции виртуальных жанров;
- 4) выявление и описания сходств, различий и зависимостей между традиционными «бумажными» и виртуальными жанрами и т.д.;
- 5) связь жанров и особенностей его формирования с развитием и функционированием языка в коммуникативном пространстве Глобальной паутины» [Там же].

Л. Ю. Щипицина определяет жанр интернет-дискурса как «устойчивый тип текста, форма, которую принимают конкретные проявления речевой деятельности в сфере компьютерно-опосредованной коммуникации» [Щипицина, 2009б: 20].

Л.Ю. Щипицина предлагает начинать исследование интернет-дискурса не с его конкретных лингвистических особенностей, а с выявления особенностей каждого жанра, после чего можно составить характеристику интернет-коммуникации в целом [Щипицина, 2009б: 10]. Сложность изучения жанров интернет-коммуникации она видит в их взаимодействии и синтезе. Жанры, которые переносятся в виртуальную среду, меняются под влиянием ее параметров и ограничений. Таким образом, происходит такой процесс, где «при перенесении существующих сфер деятельности и связанных с ними жанров в виртуальную среду происходит своеобразное наложение признаков известных стилей и жанров на признаки, обусловленные параметрами новой коммуникационной среды» [Щипицина, 2009б: 15].

Говоря о проблеме классификации жанров интернет-дискурса, О.В. Лутовинова отмечает, что «при описании виртуального дискурса исследователи часто рассматривают те или иные его жанры, выделяют некоторые характеристики, однако четких критериев, параметров, на основе которых происходит группировка жанров, зачастую не выделяется или же выделяемые критерии приводят к смешению явлений разного уровня» [Лутовинова, 2006]. В результате общепринятой классификации жанров интернет-дискурса не существует.

Одна из наиболее первых и известных классификаций жанров интернет-дискурса, как пишет Л.Ю. Шипицына, принадлежит Д. Кристалу [Щипицина, 2009б: 64]. В этой классификации выделяются следующие жанры собственно интернет-дискурса:

1) электронная почта (то есть письма, как правило, личного содержания, отправляемые от одного человека другому);

2) чат – общение людей в реальном времени с помощью компьютера (подразделяется на синхронный (собственно чат) и асинхронный (доски объявлений, то есть сайт с объявлениями о работе, поиске предметов быта, компьютерных программ и т.д.));



3) виртуальные миры – искусственно созданный, нереальный мир или среда, в котором игроки могут заходить и взаимодействовать друг с другом, в том числе и общаться;

4) обмен мгновенными сообщениями – сервис, позволяющий пользователям, знакомым друг с другом, обмениваться сообщениями (в отличие от электронной почты и чата, обмен сообщениями происходит между друзьями, родственниками, коллегами);

5) блог (или блоггинг) – личная веб-страница пользователя с его сообщениями [Crystal, 2006: 11–17].

Е.Н. Галичкина, частично используя классификацию Д. Кристала, выделяет следующие жанры интернет-дискурса:

1) электронная почта (субжанром электронной почты исследователь считает «спам» – рекламные письма нежелательного характера);

2) электронные разговоры (чат);

3) система электронных досок объявлений;

4) компьютерные конференции – общение с помощью компьютера, позволяющее обсудить определённые проблемы [Галичкина, 2001: 10].

Л.Ю. Щипицина справедливо замечает, что следует разграничивать «электронную почту» как компьютерную систему передачи электронных писем и «электронную почту» как жанр. Если речь идёт о жанре интернет-дискурса, то более подходящим названием жанра электронной переписки при помощи электронной почты стоит считать «электронное письмо» [Щипицина, 2009б: 65].

Классификация Л.Ю. Щипициной детально рассматривает жанры интернет-дискурса – каждый жанр включает в себя субжанры, обладающие своими особенностями:

1) электронная почта (субжанры: электронное письмо, список рассылки, новостная группа);

2) чат (субжанры: групповой чат, индивидуальный чат);

3) мультипользовательский мир – виртуальные игровые миры с использованием синхронной коммуникации (субжанр: многопользовательский мир);

4) всемирная паутина (от англ. world wide web) – информация и тексты, представленные в сети (субжанры: веб-страница, форум, веблог, поисковая система, онлайн-энциклопедия, каталог ссылок, веб-страница объявлений, интернет-магазин, электронная библиотека, социальный сервис, веб-баннер, гостевая книга, FAQ) [Там же: 71].

Исследуя жанровое разнообразие интернет-дискурса, Е.И. Горошко и Т.Л. Полякова подразделяют жанры по технологическому критерию, который влияет на особенности языка, оформления жанра и его функционирования. Предлагается выделение следующих групп жанров:

1) жанры первого веба (веб 1.0) – контент, который создавался в начале существования интернета, его содержание практически нельзя изменить (примерами служат тексты в формате pdf, WinDjView и т.д.);

2) жанры второго веба (веб 2.0) – контент, содержание которого может создавать, редактироваться любыми пользователями (большая часть интернет-дискурса включает в себя на данный момент тексты именно этого жанра; примеры – социальные сети, блоги, Твиттер и т.д.);

3) жанры третьего веба (веб 3.0) – гибрид первых двух жанров, в котором контент создаётся силами как обычных пользователей, так и профессионалов [Горошко, Полякова, 2015: 124].

Кроме того, происходит иерархическое деление каждого жанра на *гипержанры интернета* и *интернет-жанры*. Под *гипержанрами* интернета понимается «жанровое макрообразование, которое сопровождает социально-коммуникативные ситуации в сети Интернет и объединяет в своём составе несколько жанров» [Там же: 123]. *Интернет-жанры* – самостоятельный жанр, к которому относят письмо, форум, чат, доски объявлений, рекламные баннеры, коммуникация с помощью программ мгновенного обмена сообщениями, виртуальная конференция, пост, комментарий. В состав

интернет-жанров могут входить *субжанры* – «относительно законченные, обладающие определенной медийной реализацией образования, которые не могут существовать самостоятельно в пределах определенной службы Интернета или компьютерной программы и обязательно включаются в состав более крупного образования – жанра» [Щипицина, 2015: 529].

Согласно классификации Е.И. Горошко и Т.Л. Поляковой, видеохостинг «YouTube» является гипержанром второго веба, в состав которого входит интернет-жанр комментария, являющийся предметом настоящего исследования.

Таким образом, существуют различные классификации интернет-жанров, включающиеся в себя как гипержанры (макрообразование, которое включает в себя несколько жанров), так и субжанры (одноактные высказывания, которые могут содержаться в жанре). В зависимости от точки зрения исследователя, интернет-комментарий рассматривается как самостоятельный жанр или субжанр, входящий в состав какого-либо из жанров.

### 1.2.3. Языковые особенности интернет-дискурса

Расширение технических и коммуникативных возможностей интернет-коммуникации привело к формированию так называемого «языка интернета» [Лутовинова, 2012: 134; Морослин, 2009; Тюленева, Шушарина, 2018 и др.].

Одной из главных языковых особенностей интернет-дискурса является его коллоквиализация [Колокольцева, 2012: 7], то есть **устно-письменный характер речи** [Галичкина, 2016: 23]. Интернет – это «новая среда», в которой сочетаются черты как устной, так и письменной речи [Crystal, 2011: 32]. С самого начала существования Интернет был пространством, где использовалась далёкая от официально-делового стиля лексика. Постепенно его язык становится более консервативным. Прослеживается это прежде всего в стиле электронных писем, где выработалась норма, частично

совпадающая с эпистолярным стилем [Crystal, 2011: 11]. Отнести язык интернет-дискурса к устно-письменной форме позволяют следующие признаки: подражание графического изображения к звуковой форме («щас» вместо «сейчас», «ваще» вместо «вообще», «кароч» вместо «короче»), свободное оперирование синтаксисом, наличие сленга [Лутовинова, 2008: 63], свернутость, редукция сегментного ряда, высокая доля лексики с разговорной окраской, обилие специфических разговорных конструкций [Колокольцева, 2012: 7].

На основе названных признаков, отличающих интернет-дискурс от других дискурсов, Н.А. Ахренова, как и Д. Кристал, предлагает считать Интернет абсолютно новым видом дискурса, который совмещает в себе черты устной и письменной речи, обуславливая это тем, что, хотя основная форма существования текста в сети представляет собой письменные тексты, в то же время большинство норм письменного текста повсеместно нарушаются пользователями, осознанно либо же по незнанию [Ахренова, 2009].

Л. Ю. Щипицина заключает, что устно-письменный характер речи присущ большей частью синхронным формам коммуникации. Этому способствует скорость протекания общения; скорость возникновения мысли и выражение прямо влияют как на форму общения коммуникантов, так и на атмосферу между ними – создаётся ощущение близости, что побуждает к несоблюдению орфографических правил, подражанию устной речи, использование сленга и т.д. В то же время асинхронная коммуникация обладает признаками, позволяющими отнести её скорее к письменной форме, нежели к устной или устно-письменной [Щипицина, 2011: 25].

Не все, однако, полагают, что интернет-коммуникация представляет собой именно сплав устной и письменной речи. Так, М. Кронгауз придерживается той точки зрения, что даже при наличии обеих форм в тексте, они не смешиваются, а только сосуществуют. В качестве примера он

приводит переписку по электронной почте, где активно используются инструменты как письменной, так и устной речи [Кронгауз, 2007: 87].

Большинство пользователей, общающихся в Интернете, игнорируют нормы письменной речи, либо не знают их и вводят в речь обценную лексику [Колокольцева, 2012: 7]. Однако нарушение норм может рассматриваться пользователями как игра. Так, во время появления и распространения Интернете в России был популярен так называемый «язык падонков», который характеризовался сознательным нарушением норм, свидетельствовал об уровне креативности говорящего, а также о его принадлежности к определенному социальному слою пользователей. Несмотря на внешнюю безобидность такой игры, существовала опасность смещения общей нормы и снижения грамотности [Кронгауз, 2007: 89]. На сегодняшний день такой тип игры практически свёлся к нулю [Там же: 92], однако намеренная деформация речи в сторону её снижения имеет место, но её цели изменились – чаще всего она направлена на принижение личности или умственных способностей собеседника.

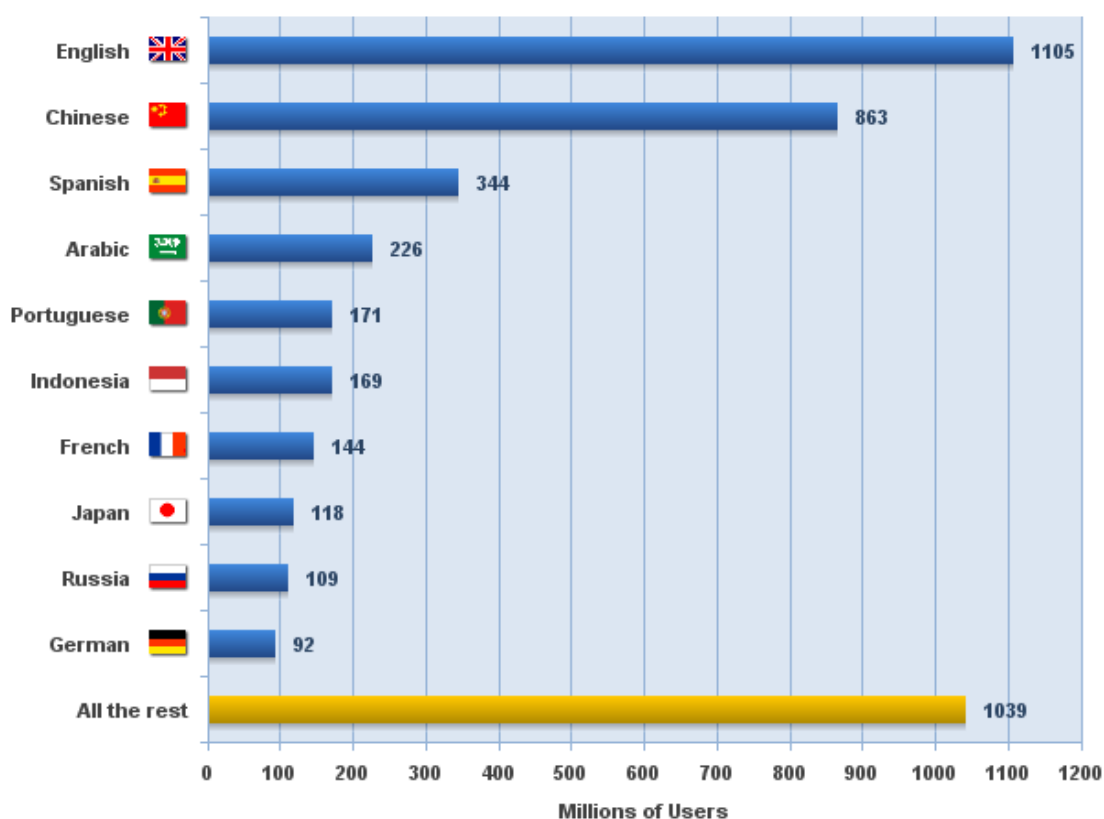
**Языковая игра** является одним из самых активно используемых приёмов в интернет-дискурсе. Проявление креативности в оперировании языком становится способом самовыражения говорящего. Как элемент игры используется в том числе нарушение языковой нормы. Т.А. Гридина и С.С. Талашманов заключают: «Происходит выработка такой системы речевого общения, которая диктует специфические, игровые, экспериментальные алгоритмы порождения и употребления знака, позволяющие коммуникантам выйти за пределы стереотипов "строгого" речевого узуса. Названные процессы во многом обусловлены механизмами языковой игры, связанной с «преднамеренным нарушением языкового канона — при понимании говорящим условности совершаемых речевых ходов, <...> в то же время рассчитанных на „опознание“ реципиентом негласно принятых правил (игрового кода) общения» [Гридина, Талашманов, 2019: 32]. Умение пользоваться средствами декодирования таких игр

позволяет пользователям разделять людей на группу «своих» и «чужих», однако большинство игр предназначено для широкой аудитории и понятно почти всем.

Введение в письменную речь форм, характерных для устной коммуникации, обусловлено желанием пользователей ускорить передачу информации и упростить восприятие её адресатом. Результатом этого стало использование множественных **аббревиаций, введение интернет-сленга, специфических синтаксических конструкций** [Лутовинова, 2012: 134; Crystal, 2011: 4].

Немаловажным для русского языка является и постепенное **внедрение заимствованных слов из других языков, прежде всего английского**. На сегодняшний день число англоязычных пользователей интернета по-прежнему остаётся на первом месте, русский язык занимает девятое место (Рисунок 1). Несмотря на наличие множества других языков, именно английский приобрёл глобальные масштабы. Результатом этого процесса стало слияние английского языка с другими, взаимопроникновение элементов разных языковых систем [Горбунова, 2016: 16].

## Top Ten Languages in the Internet in Millions of users - April 2019



Source: Internet World Stats - [www.internetworldstats.com/stats7.htm](http://www.internetworldstats.com/stats7.htm)  
Estimated total Internet users are 4,386,485,541 in April 30, 2019  
Copyright © 2019, Miniwatts Marketing Group

Рисунок 1. Топ-рейтинг языков в интернете [Internet World Stats]

Говоря о месте английского языка в интернете среди других языков, Ф. О. Смирнов отмечает следующее: «Сама возможность лингвокультурного анализа электронной коммуникации часто вызывает вполне обоснованный скепсис. В основе такого отношения лежит особая социокультурная ситуация, сопровождавшая оформление этой сферы коммуникации. Ведущая роль США в разработке и дальнейшем импорте информационных технологий способствовала особой роли английского языка в интернет-общении. Английский язык стал не просто средством сетевого общения англоязычных пользователей. В процессе распространения Интернета этот язык выступает в качестве коммуникативного стандарта для представителей самых различных культур. <...> Первичность англоязычного интернет-общения способствует тому, что в электронной коммуникации на русском языке можно обнаружить

многочисленные факты интерференции обоих языков, а также влияние ценностных представлений, характерных для носителей американской культуры» [Смирнов, 2005].

Заимствования из английского языка используются, прежде всего, студентами и школьниками [Шурупова, Шурупова, 2016: 3–4].

Таким образом, для языка современного интернет-дискурса характерны несколько тенденций: смешение устного и письменного языка, из чего вырастает новая форма – устно-письменная. Кроме того, важным признаком является частое апеллирование к средствам языковой игры. Снижается общая грамотность текстов, а в речь пользователей всё больше проникает заимствований не только из других языков, но и из разных сфер, прежде всего компьютерной.

Языковые особенности, проявляющие себя в интернет-дискурсе, определяются и жанровым типом текста.

### 1.3. Жанр комментария как объект лингвистического исследования

#### 1.3.1. Определение и виды комментария

Комментарий – один из множества жанров интернет-дискурса, который восходит к «бумажным» жанрам. Наиболее распространённым является жанр комментария в печатных СМИ, который принадлежит либо журналисту, либо специалисту какой-либо профессии. Несмотря на происхождение сетевого комментария, восходящее к жанру реальному, между ними имеются сходства и различия.

Практически любой видео- или аудиохостинг имеет раздел «Комментарии», в котором пользователи делятся своим мнением по той или иной теме. Социальные сети также обладают разделами с комментариями, которые являются неотъемлемой их частью, что обусловлено самой природой социальной сети – местом, где происходит общение между людьми



разного возраста, профессий, вида деятельности и т.д. Многие исследователи отмечают тот факт, что **интернет-комментарий является речевым реагированием на первичный текст (или любой другой продукт сети), представляя собой текст вторичный**. И. С. Савельева пишет: «Данные тексты преимущественно создаются рядовыми носителями языка, которые в силу таких факторов, как анонимность и спонтанность написания, открыто, не завуалированно демонстрируют свои общественно-политические взгляды, рассуждают на разные темы, дают оценку происходящим событиям. При этом результат рассуждений приобретает форму текста о тексте» [Савельева, 2017: 193].

Разнятся, однако, мнения исследователей объема понятия «интернет-комментарий». Так, Л.Ю. Щипицина предлагает рассматривать интернет-комментарий исключительно в контексте первичного текста, на который появляется вторичный текст-реакция. В этой системе исследователь разделяет микроуровень (уровень отдельного сообщения пользователя, то есть комментарий как таковой) и макроуровень (цепь сообщений, которая относится к исходному тексту, теме и автору, ограниченная от других дискуссий) [Щипицина, 2015: 528]. М.А. Егорова, в свою очередь, считает, что комментарий, несмотря на реакционность по отношению к первичному материалу, сам по себе является законченным текстом, где смена говорящего влечёт за собой новый текст [Егорова, 2014: 16].

В узком смысле комментарий понимается как замечания и пояснения к какому-либо тексту, в широком – как критика, выражение отношения говорящего, мнения и рассуждения в отношении чего-либо [Танабаева, 2017]. Жанр интернет-дискурса также является рассуждением говорящего, выражением своего мнения: чаще всего это реакция на какой-либо контент, содержащая критику, похвалу, либо же просто сообщение (например, комментарий, который состоит лишь из одного эмодзи).

Одним из наиболее важных признаков жанра интернет-комментария является его двунаправленный характер, заключающийся в

непосредственном контакте адресата и адресанта. Это становится возможным благодаря специфике комментария в интернет-дискурсе, где автор контента может получать отзывы, общаться с читателями, слушателями или зрителями [Абдуллина, 2014: 129].

Л. Ю. Щипицина отмечает, что терминологическая основа исследований, касающихся комментария интернет-дискурса, ещё не до конца сформирована – внимание исследователей к комментарию только набирает свои обороты. Проблемой является само понятие комментария: в работах лингвистов возникают такие варианты, как «отклик» (его выбор основывается на убеждении о том, что комментарий является одной из функций отклика) и «коммент», введённый по аналогии с английским словом «comment», которое обозначает комментарий в интернет-пространстве [Щипицина, 2015: 528].

Говоря о статусе жанра комментария в интернете, Л. Ю. Щипицина даёт и его определение, которого мы будем придерживаться в данной работе: **«сетевой комментарий – это короткое сообщение, выражающее мнение читателя о различном исходном сетевом материале»** [Там же].

Объём или ограниченность сетевого комментария по символам – это один из возможных признаков отличия традиционного комментария от сетевого, однако он недостаточен. Л.Н. Степанова подразделяет комментарии на **комментарий-толкование, комментарий-рассуждение и коммент**. Под комментарием понимается «специальный компонент в структуре общения на информационных ресурсах, развлекательных сайтах, в блогах, <...> где каждый желающий может вступить в дискуссию с автором текста и/или другими комментаторами» [Степанова, 2013: 95]. Некоторыми исследователями также предпринимаются попытки разграничения видов интернет-комментария по месту его бытования [Егорова, 2014], по типу содержащейся в них информации [Ионова, 2012]. В целом можно сказать, что вопрос о классификации интернет-комментария требует дальнейшей разработки.

Итак, жанр интернет-комментария (сетевого комментария) восходит к жанру комментария в СМИ, однако имеет от него принципиальные отличия: автором комментария является не эксперт, а обычный пользователь; текст представляет собой реагирование на исходный материал, адресат и адресант интернет-комментария могут вступать в контакт друг с другом. Комментарии подразделяются на комментарии-толкования, комментарии-рассуждения и комменты.

### 1.3.2. Лингвистические особенности интернет-комментария как жанра

Как и большинству других жанров, интернет-комментариям присуща такая языковая особенность, как **устно-письменный характер речи**: «Комментарий как жанр компьютерно-опосредованной коммуникации представляет собой образец спонтанной письменной речи, написанной без учета канонов классического "довиртуального" письма. Интернет-комментарий таким образом синтезирует свойства письменного и устного общения, в связи с чем отличается естественностью языковых конструкций, оперативностью и возможностью создания поликодовых вариаций» [Савельева, 2019: 841]. Устно-письменный характер речи обуславливает **введение просторечий и иноязычных слов, упрощение средств выражения с целью экономия усилий, а также игровая направленность коммуникации** [Абдуллина, 2014: 130].

Игровая направленность интернет-комментария особенно ярко прослеживается в тех комментариях, которые размещаются в социальных сетях, видеохостингах, блогах, микроблогах и имеют юмористический характер. Однако отсутствие каких-либо знаков, обозначающих намерение автора пошутить, приводит к недопониманию, появлению речевой агрессии, что выражается в частности в речевых перепалках пользователей. Кроме того, для усиления комического эффекта автор текста прибегает – если это

позволяет система – к цитированию чужого текста (комментария другого пользователя или же первичного материала) с ироническим подтекстом [Laineste, 2013: 32-33].

Частично к **игровой направленности коммуникации пользователей можно отнести условное имя комментатора** – никнейм, – которое для коммуникантов может быть источником различной информации об авторе текста. Множество сервисов позволяют пользователям отображать собственные имена, но используются и прецедентные имена (то есть имена, которые отсылают к какой-либо личности/персонажу), имена-характеристики, нередко носящие игровой шутливый характер, и имена, которые отражают те или иные политические и идеологические взгляды [Шхумихшова, Калашаова, 2018: 389].

Нередко исследователи отмечают сходства интернет-комментария с жанром форума. Л.Р. Абдуллина: «Интернет-комментариям <...> подобно речевому жанру форума, свойственны такие особенности, как нестандартизованность, субъективность, оценочность, а также хаотичность и непоследовательность высказываний» [Абдуллина, 2014: 131]. М.А. Егорова же разграничивает жанр интернет-комментария и форума. Исследователь говорит о том, что интернет-комментарий отличается от форума политематичность. Форум является таким жанром, где коммуникация с другими пользователями важна и необходима для продолжения темы. В интернет-комментарии же активное взаимодействие с другими пользователями далеко не обязательно. Пользователи могут как создавать новые темы совместно с другими пользователями, так продолжать уже заявленные. В случае, когда пользователь придерживается самостоятельного развития темы, справедливо говорить о том, что такой комментарий ближе к монологу, а не диалогу. М.А. Егорова заключает: «Таким образом, по направленности речевого потока данный жанр синкретичен – он допускает как режим полилога, так и режим диалога или монолога [Егорова, 2014: 17].

Языковые особенности интернет-комментариев определяются гипержанром, в которых они существуют, и первичным текстом, реакцией на который они являются. В большинстве интернет-комментариев, размещённых под статьями новостных сайтов, отсутствует нецензурная лексика, что обусловлено модерацией (проверкой) комментариев администрацией сайта. Самим текстам присуща высокая эмоциональность. От грамотности зависят такие факторы, как наличие грамматических ошибок, авторских знаков препинания и т. д. [Василенко, 2019: 25-26].

Тематическое содержание исходного материала также имеет влияние на языковое оформление текста интернет-комментария: «Как правило, комменты, относящиеся к статьям серьезной тематической направленности (экономика, наука, бизнес, политика), лексически более богаты, имеют более нормированное грамматико-синтаксическое оформление и не отличаются экспрессивностью, выраженной с помощью фонетико-графических средств, в отличие от комментов с «несерьезной» тематикой (спорт, шоу-бизнес, мода)» [Иванова, Зубарева, 2013: 1150]. Если же сайт не обладает строгой модерацией комментариев, то тексты комментариев более эмоциональны, в них в большей степени отражены признаки устно-письменной речи. Так, исследование интернет-комментариев читателей «Новой газеты» показало, что они «характеризуются той или иной степенью речевой агрессии, которая, с одной стороны, выступает как стратегическая линия речевого поведения, а с другой стороны, становится способом эмоциональной разрядки и самовыражения» [Шхумихшова, Калашаова, 2018: 391]. Таким образом, языковое оформление интернет-комментария не всегда диктуется тем сайтом, на котором он размещен и ее техническими особенностями, а зависит от самого автора комментария: «К одной и той же статье комменты могут быть кардинально различными и в стилистическом, и языковом отношении, что предопределяется их авторством» [Иванова, Зубарева, 2013: 1150].

Таким образом, лингвистическими особенностями жанра интернет-комментария исследователи считают: устно-письменный характер, высокую

эмоциональность текста, опора на исходный материал, частое использование юмора и цитации, совмещение монолога, диалога и полилога.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Анализ научной литературы по лингвистике дискурса позволяет сделать следующие выводы.

1. Лингвистика дискурса представляет собой научную дисциплину, объектом изучения которой является дискурс как текст, погруженный в ситуацию общения. Изучением жанров, бытующих в сети Интернет, занимается виртуальное жанроведение, являющийся одним из ее разделов. Особенно остро в виртуальном жанроведении стоит проблема классификации жанров интернет-дискурса. Общение в сети Интернет называют также «компьютерно-опосредованной коммуникацией», «виртуальным дискурсом», «компьютерной коммуникацией».

2. Особенности современного интернет-дискурса являются: существование текста исключительно в электронном виде, гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность, синхронность / асинхронность, вариативность количества и эксплицированность коммуникантов. К дополнительным признакам относят: высокую степень анонимности, слабую регламентированность вербального поведения, отсутствие визуального контакта, добровольность и желаемость контактов, компенсация эмоционального компонента с помощью экстралингвистических средств.

Помимо этого, интернет-дискурс обладает и языковыми особенностями, среди которых наиболее значимой является устно-письменный характер речи. К другим особенностям относят: использование аббревиации, обращение к приёмам языковой игры, введение интернет-сленга, заимствование лексики из различных сфер, а также из других языков (преимущественно английского), осознанное игнорирование коммуникантами норм и правил языка и как следствие – низкая грамотность текстов.

3. Дискурсивный подход к исследованию жанров интернет-дискурса позволяет жанр интернет-комментария рассматривать, с одной стороны, как вторичный текст, являющийся вторичным по отношению к изначальному контенту, то есть тому тексту, под которым размещён комментарий. С другой стороны, интернет-комментарий рассматривается как самостоятельный текст, который может существовать в отрыве от первичного материала.

Статус интернет-комментария в классификациях жанров интернет-дискурса определяется по-разному: его относят как к непосредственно жанрам, так и к субжанрам (поджанрам). Комментарии в сети Интернет классифицируются по месту бытования (комментарий в блоге, комментарий новостного сайта, комментарий, хостинга) и по количеству символов, их ограничению. По мнению исследователей, интернет-комментарий присущи высокая эмоциональность, устно-письменный характер речи; комментарий может принимать форму монолога, диалога и полилога. Исследователи также отмечают, что в интернет-комментарии часто используется языковая игра.

Под интернет-комментарием в данной работе понимается существующий в интернет-пространстве текст, представляющий собой реакцию на какой-либо исходный материал, расположенный в сети интернет, в которой выражено мнение или отношение пользователя к этому исходному материалу, его содержанию или автору.



## ГЛАВА 2. СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЯХ НА ПЛАТФОРМЕ YOUTUBE К ВЫПУСКАМ ПРОГРАММЫ Н. МИХАЛКОВА «БЕСОГОНТВ»

### 2.1. Определение и проблема классификации стратегий и тактик речевого воздействия

Центральными компонентами речевого воздействия являются стратегии и тактики. Само по себе речевое воздействие – это «влияние, оказываемое на кого-либо, что-либо посредством речи (речевого действия)»; «это функциональный вариант речевого поведения, основная цель которого – оказать влияние на собеседника (одиночного или коллективного), скорректировать его отношение к тем или иным явлениям, событиям, фактам, персонам» [Сковородников, 2012: 551]. Достижение воздействия осуществляется с помощью различных стратегий и тактик, которые использует адресант. Стратегии неразрывно связаны мотивами, целями, потребностями и желаниями, управляющими речевым поведением личности [Иссерс, 2008: 58].

Существует множество определений стратегии и тактики речевого воздействия. О.С. Иссерс понимает стратегии как «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [Там же: 54]. При этом исследователь отмечает тот факт, что речевая стратегия включает в себя планирование процесса коммуникации, которое будет включать как условия общения, так и личности самих коммуникантов. Тип отношения между речевыми стратегиями и тактиками исследователь определяет как подобные отношениям между родом и видом [Там же: 110]

По мнению А.П. Сковородникова, речевой стратегией является «общий план, или общая линия речевого поведения, определяемые коммуникативной целью (целями) говорящего/пишущего на основе осознания

коммуникативной ситуации, под которой понимается совокупность факторов, влияющих на ход коммуникации» [Сковородников, 2012: 246]. Речевая тактика, в свою очередь, – это «речевое действие (речевой акт или несколько взаимосвязанных речевых актов), соответствующее тому или иному этапу в реализации речевой стратегии и направленное на решение частной коммуникативной задачи этого этапа» [Там же: 247].

Таким образом, выстраивается причинно-следственная цепочка, которая также включает в себя компонент речевого хода (речевое действие, являющееся инструментом по отношению к речевым тактикам). Речевая стратегия, направленная на достижение какой-либо цели, реализуется через речевые тактики, а те, в свою очередь, исполняются с помощью речевых ходов [Там же].

На данный момент исследователи выделяют множество различных стратегий, и каждая из них отвечает той или иной цели и установке говорящего. О.С. Иссерс делит стратегии на общие и частные. Так, общая стратегия дискредитации может состоять из частной стратегии оскорбления, насмешки, обвинения. По мнению исследователя, стратегии подразделяются также на основные и вспомогательные, где основные могут быть семантическими (когнитивными), а вспомогательные – прагматическими, диалоговыми и риторическими. Если говорить о тактиках, то к *стратегиям уговаривания* относятся тактики *уговора, просьбы, убеждения*. Стратегия *дискредитации* включает в себя тактики *оскорбления, издёвки, обвинения*. Тактики *похвалы* и *комплимента* отнесены к прагматическим стратегиям [Иссерс, 2008].

Нидерландский лингвист Т. ван Дейк выделяет стратегии обобщения, приведения примера, поправки, усиления, (очевидные) уступки, повтор, контраст, смягчение, сдвиг, уклонение. Пресуппозиция, импликация, предположение и косвенный речевой акт выделяются отдельно и понимаются как «семантические и прагматические ходы, позволяющие говорящему избежать формулирования некоторых частных суждений, а

именно отрицательных замечаний или оценок, или перевести их в русло более общих, общепризнанных знаний или мнений, за которые говорящий не несет ответственности» [ван Дейк, 2000: 297–299].

О.С. Иссерс замечает, что «классификация общих коммуникативных стратегий зависит от избранного основания» [Иссерс, 2008: 106]. Как следствие, «законченных списков, как и общепринятых классификаций речевых стратегий и речевых тактик не существует. Они открыты для пополнения» [Сковородников, 2012: 247].

Таким образом, в современной лингвистике сложилось общепринятое понимание речевой стратегии как общей линии речевого поведения, направленной на достижение какой-либо коммуникативной цели; речевой тактики как речевого действия или совокупности речевых действий на, какой-либо этапе реализации речевой стратегии. Отмечается существование множества классификаций стратегий и тактик речевого воздействия, их постоянная пополняемость.

## 2.2 Частотность стратегий в комментариях разного типа

Интернет-комментарий, размещённый на платформе «YouTube», может иметь несколько адресатов. В зависимости от адресата можно выделить комментарии трех типов.

**1. Комментарии, адресатом которых является автор программы «БесогонTV» Н.С. Михалков и его команда**, причастная к созданию выпуска передачи. Чаще всего комментарии, принадлежащие к этому типу, содержат прямое обращение, например:

*Спасибо большое, Никита Сергеевич!!!* (Влада Коробова, 28.05.2020)\*;

*Благодарим. Вы заставляете анализировать Что дальше?* (Наталья Хагиги, 28.05.2020)

---

\* Здесь и далее речевой иллюстративный материал приводится без редакторской и корректорской правки.

*Ну и гоните вы Никита! (Alex Karn, 28.05.2020);*

*Здравствуйтесь Никита Сергеевич. Скажите вы как советник президента по прежнему считаете, что президент находится в неведении обо всем этом и никак не связан с мировой финансовой' ', элитой,,? (Сысолятин Василий, 28.05.2020).*

**2. Комментарии, адресованные пользователям сети Интернет, которые посмотрели выпуск передачи или собираются посмотреть его.** Приведём пример комментариев, обращённых к пользователям, в которых обращение осуществляется в форме вопроса с местоимением-существительным:

*У кого есть личные знакомые, кто заболел или умер от барановируса? Есть такие? (Диана Глогер, 28.05.2020);*

*Как сделать, чтобы Н.С. Михалков увидел предложение от немецких коллег: Голос Германии Голос Германии 50 минут назад Добрый день уважаемая команда БесогонТВ, мы рады что материал нашего проекта вам пригодился. Если вы заинтересованы в этом, мы можем помочь вам в организации интервью с немецкими экспертами. С уважением Сергей Фильберт." Кто-нибудь знает, как донести Н.С. М-ву это предложение? (Галина, 23.05.2020);*

*Спасибо Грефу за правду. Интересно на каком собрании он это говорит? И он Греф до сих пор на должности. Вопросы есть у кого нить? У меня практически нет. (Алексей Морозов, 23.05.2020)*

**3. Комментарии, в которых адресат не обозначен.** В них обращения не используются. Такие комментарии, тем не менее, могут быть рассчитаны на реакцию со стороны других пользователей:

*а хорошо, что есть Никита Михалков, способный вставить пистон тем, кто думает, что им всё можно (Elena Hoffman, 23.05.2020);*

*Эгоизм и меркантильность мешают человеку расширить своё восприятие, благодаря которому можно выйти на новый уровень мировоззрения, Человеческого Мировоззрения! <...> (DocGap, 23.05.2020)*

В ходе анализа текстов 201 комментариев выявлено, что большая часть комментариев принадлежит к третьему типу – 107 текстов (53%). Реже адресатом текста выступают автор программы Н.С. Михалков, к нему обращено 66 текстов (33%). Меньше всего комментариев обращено к пользователям – 29 текстов (14%).

В комментариях всех трех типов прослеживаются следующие речевые стратегии:

**1. Стратегия речевой поддержки.** Она представляет собой совокупность речевых действий, выражающих одобрительное отношение к адресату или другому упомянутому в тексте лицу, его позиции, признание ценности и значимости сделанного им. Цель такой стратегии разнится от её адресата: в случае, когда адресатом является автор программы, цель адресанта – мотивировать автора к продолжению деятельности. Если адресатом комментария являются пользователи, то адресант стремится воздействовать на их мнение о Н.С. Михалкове или его команде либо о лицах, упомянутых в программе.

*Спасибо вам, Никита Сергеевич, Вы Человек с большой буквы, спасибо за Вашу передачу, мы будем смотреть ее где угодно, если ее удаляют с телевидения!!! (Ольга Анво, 23.05.2020)*

**2. Стратегия речевой негативации.** В противоположность стратегии поддержки она представляет собой совокупность речевых действий, выражающих отрицательное отношение к создателям медиапроекта (создателям передачи, ее ведущему) или упомянутым в передаче лицам, их дискредитация. Текст комментария с такой стратегией является маркером того, что видео не рекомендовано к просмотру автором этого комментария.

*Ужель богатые уже сцепляются с богатыми за одобрение россиян? Хотя, баснословно богатым Мигалковым тоже восторгаться трудно: вспомните видео, как сей вальяжный правдоискатель ударил наивного вьюношу<sup>1</sup>. Хотя, по итогам 2018 года члены правления Сбербанка, состоящего из 9 человек, выплатило себе 5,488 миллиарда рублей, увеличив*

общее вознаграждение на 7,8%. Из этой суммы три четверти, или 4,199 миллиарда рублей, пришлось на премии, а остальное - на фиксированную часть. В общем... неприятно всё это... \\_(ツ)\_/ 1  
[https://www.youtube.com/results?search\\_query=%D0%9C%D0%B8%D1%85%D0%B0%D0%BB%D0%BA%D0%BE%D0%B2+%D0%B1%D1%8C%D1%91%D1%82](https://www.youtube.com/results?search_query=%D0%9C%D0%B8%D1%85%D0%B0%D0%BB%D0%BA%D0%BE%D0%B2+%D0%B1%D1%8C%D1%91%D1%82) 2 <https://www.finanz.ru/novosti/aktsii/schetnaya-palata-proverit-bonusy-top-menedzherov-goskorporaciy-1028290894> (Уральский велокурьер, 23.05.2020)

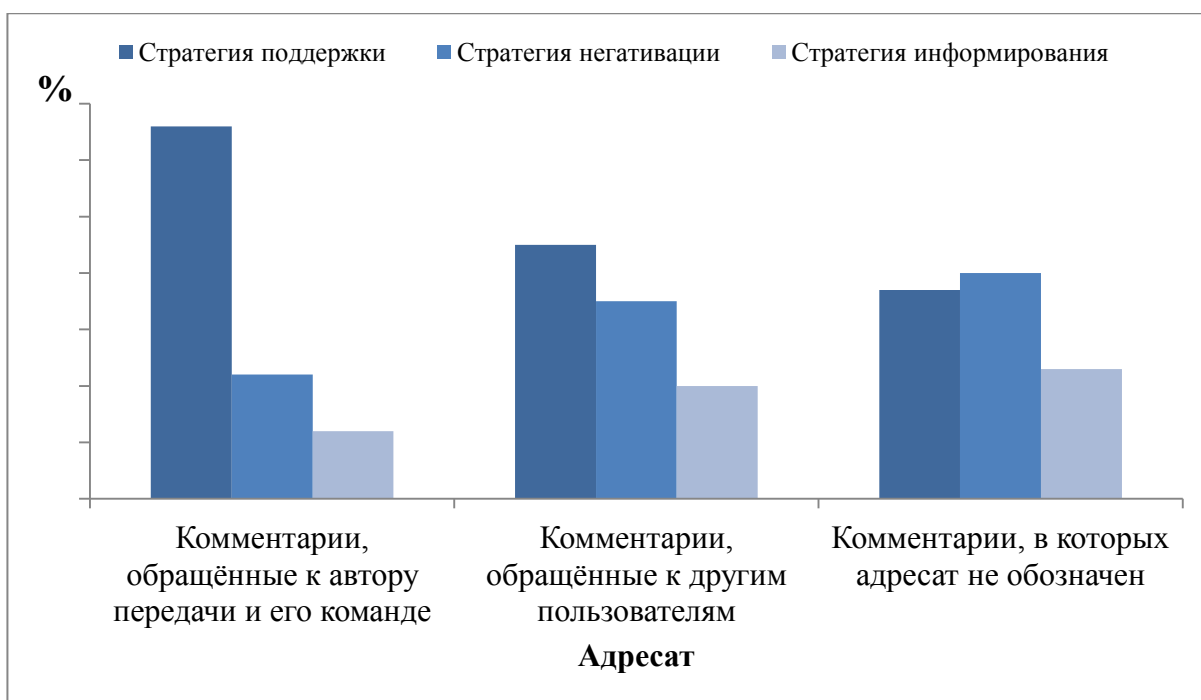
**3. Стратегия нейтрального информирования.** Она представляет собой совокупность речевых действий, которые, в отличие от стратегий поддержки и негативации, не нацелены на создание положительной или отрицательной оценки действий автора или других лиц, а направлены на установление диалога, получение необходимой информации или предоставление информации, которую автор комментария считает значимой. Эта стратегия реализуется, например, в таком комментарии:

*Мне интересно, неужели тех денег которые были потрачены на покупку акций сбербанка нехватило бы на создание нового российского государственного банка...* (Григорий Скунс, 23.05.2020)

Названные стратегии обладают разной степенью частотности в комментариях различного типа. Количественный анализ комментариев (см. диаграмму ниже) пользователей позволяет заключить, что в комментариях **первого типа** наиболее часто используется стратегия поддержки (66%); в 22% текстов применяется стратегии негативации; лишь в 12% – к стратегии нейтрального информирования.

В комментариях **второго типа** наиболее часто используется стратегия поддержки (в 45% текстов). Стратегия негативации в этих комментариях, встречается реже – 35% текстов. Стратегия нейтрального информирования по-прежнему остаётся наименее используемой: в 20% текстов.

**Диаграмма 1. Частотность употребления речевых стратегий в комментариях разного типа**



В комментариях **третьего типа** продолжается тенденция повышения частотности использования стратегий негативации и нейтрального информирования и понижения стратегии поддержки. Стратегия негативации представлена в 40% текстов, стратегия нейтрального информирования – в 37% текстов. В то же время, стратегия нейтрального информирования используется реже всего – к ней отнесено 23% текстов.

Количественный анализ комментариев по частотности использования стратегий в разных типах комментариев позволяет заключить, что авторы комментариев предпочитают реализовывать стратегию речевой поддержки, обращаясь непосредственно к автору программы «БесогонTV» Н.С. Михалкову, его команде, в то время как реализация стратегии речевой негативации используется чаще в тех комментариях, где адресат не обозначен, либо же адресатом комментария является не то лицо, в чью сторону направлена негативация.

### 2.3. Стратегия поддержки и реализующие её тактики

Стратегия речевой поддержки является наиболее частотной (используется в 48% комментариев) и реализуется при помощи следующих

тактик (назовем их в порядке убывания частотности использования): тактика выражения позитивно-оценочного мнения, тактика выражения благодарности, тактика выражения согласия, тактика выражения собственных чувств, тактика похвалы, тактика комплимента, тактика совета, тактика вопрошания, тактика пожелания, тактика обещания, тактика призыва. Рассмотрим каждую из тактик.

**Тактика выражения позитивно-оценочного мнения** – обозначение пользователем собственной позиции по поставленным в видеоматериале проблемам. Примерами такой тактики могут служить комментарии:

*Я уже давно владела информацией о чипировании, но кому не начнешь рассказывать, все у виска крутят... Верю, Никита Сергеевич, что ваш личный авторитет у народа, поможет достучаться до их умом и сердец.* (Надюша Осиненко, 23.05.2020)

*Моя любимая передача, очень люблю фильм сибиряда (Den SPB, 28.05.2020).*

В выражении своего мнения и оценке деятельности Н.С. Михалкова пользователи прибегают к использованию положительно-оценочной лексики: «хорошо», «классно», «приятно». Оценка выражена также использованием глагола изъявительного наклонения «верю», «поддерживаю», «подписываюсь».

**Тактика выражения благодарности** – выражение чувства признательности автору программы (чаще всего) или другим лицам за конкретные их действия, поступки. Тактика может быть представлена следующими текстами:

*Благодарю за правду, Никита Михалков! У этих продажных шкур, масонов-бесов - ничего не получится! Их планы - ничто, по сравнению с планами Всевышнего Аллаха!* (Гю Ами, 23.05.2020)

*Благодарность и уважение Никите Сергеевичу за эту передачу!* (Marina Tikhonova, 23.05.2020)

*Благодарю за правду в народ!* (jon ivanov, 23.05.2020)



В большинстве случаев тактика выражения благодарности используется в первом типе комментария, где адресатом текста является Н.С. Михалков или его команда. В связи с этим благодарность наиболее часто выражается с помощью этикетных формул: «Спасибо», «благодарю», «благодарность». В комментариях выражается благодарность «за правду», «за мужество», «за передачу», «за любовь к России».

**Тактика выражения согласия** – словесное выражение общности своей точки зрения с точкой зрения автора программы «БесогонTV». Она проявляется в следующих текстах, наряду с тактиками благодарности и выражения позитивно-оценочного мнения:

*ВСЕГДА ВОСПРИНИМАЛ МИХАЛКОВА КАК АКТЁРА. **НО В "БЕСОГОНЕ" ГОВОРИТ ПРАВДУ. И ГЛАВНОЕ ДОХОДЧИВО. НА МНОГОЕ ОТКРЫЛ МНЕ ГЛАЗА. СПАСИБО ЕМУ ОГРОМНОЕ.** (РОМА БАЛАШИХИНСКИЙ, 23.05.2020);*

***Как вы правы** ...не искать виновных, а понять , для чего это все случилось..нет ничего случайного в мире, и если произошло событие, одинаково коснувшись каждого, то для чего?? А для того , чтобы человек наконец то стал разумным, как он по латыни обозначен.. А для это разум надо включать , а ум выключить, поскольку наш ум все всегда оценивает или в плюс или в минус..А на самом деле ум все делит на хорошее и плохое, и людей на хороших и плохих.. А разум позволяет полное доверие Богу и извлечение пользы из любого события..Верующему и любящему Бога все во благо ..или на пользу... Любая инфа пугает обывателя, но не человека разумного..Разумный не пугается и не паникует и Бог ему в помощь... (Лёлька ОльгаА, 23.05.2020);*

*Никогда не смотрел бесогон Михалкова ,я и считаю его подхалимом путина поддерживающего защищающего пропагандиста путина его, его либеральную политику ,но я **согласен с ним он прав** (Andrei Andreev, 23.05.2020).*

В текстах, где авторы используют тактику согласия, общность точки зрения с Н.С. Михалковым или его командой показывается через установление его правоты: «вы правы», «говорит правду», «всё правильно сказал». Реже пользователи прямо выражают своё согласие: «я согласен с ним он прав», «в данном случае с ним солидарен». Для тактики согласия также характерен приём контраста, продемонстрированный в третьем примере. Автор комментария в начале текста создаёт негативный портрет Н.С. Михалкова, однако нивелирует его значимость признанием правоты автора программы «БесогонTV». Подобный приём используется в 5 текстах.

**Тактика выражения собственных чувств** – описание состояний, которые испытали пользователи от просмотра программы. Они быть как положительными (радость, любовь), так и отрицательными (страх):

*Спасибо вам за вашу работу. Люблю Вас не только как гениального актера и режиссера, но и за эту программу* (Наталья Хагиги, 23.05.2020);

*Неужели Никита Сергеевич наконец-то увидел истинное лицо капитализма?! Я рад этому! Всё чего добились наши предки благодаря революцию и СССР, уходит в никуда, в карман глобалистам!* (Владимир У., 23.05.2020);

*Спасибо вам, Никита Сергеевич, за правду и гражданскую позицию. На мос.ру уже все это опубликовано в программе 2030...Я ужаснулась* (Margarita Che, 23.05.2020).

Во всех текстах тактика выражения собственных чувств характеризуется использованием глаголов-эмотивов: «рад», «ужаснулась», «люблю», «уважаю».

**Тактика похвалы** – одобрение дел или слов автора программы, положительное оценивание самой программы. Примерами воплощения этой тактики в тексте могут служить:

**Браво, Никита Сергеевич! СУПЕР передача.** Не понятно почему запретили..все правильно сказал. **МОЛОДЕЦ!** (Татьяна Азизова, 23.05.2020)

*Очень сильный выпуск! Благодарю за смелость и труд!*  
(Благодарствовавна, 23.05.2020)

Тактика похвалы характеризуется использованием положительно-оценочной лексики, в общих чертах характеризующих личность Н.С. Михалкова или его команду: «супер», «красавчик», «молодец», «браво».

**Тактика комплимента** – использование приятных слов о личности Н.С. Михалкова, которые во всех случаях обращены к нему. Тактика комплимента, в отличие от тактики похвалы, направлена на создание положительного образа Н.С. Михалкова:

*Мудрый и смелый Вы человек. Спасибо Вам. Есть оказываются люди так просто излагающие мои мысли. Не математик. А так логично. Доказательно. Пример членам правительства. Спасибо Вам. Ахनावиль.*  
(Alexei Turin, 23.05.2020)

*Умница, большая умница наш Никита Сергеевич! Один из тех, кто действительно "ум, честь и совесть нашей эпохи".* (Snejana Solaris, 23.05.2020)

В первом тексте помимо тактики выражения благодарности («Спасибо Вам»), которая усиливается повтором, и тактики комплимента («Мудрый и смелый Вы человек», «Пример членам правительства»), используется тактика выражения мнения с аргументацией. Тактика комплимента реализуется с помощью противопоставления автора и «математика», которые изъясняются с разной степенью доступности. Во втором тексте комплимент усиливается повтором («умница», «большая умница»).

**Тактика совета** – содержание в тексте комментария рекомендация к выполнению каких-либо действий, указание на то, как следует поступить:

*В подтверждение слов автора передачи предлагаю всем прочитать книгу Эдварда Сноудена. В книге многое переплетается с тем, что рассказывается в передаче. Кроме того рекомендую книгу " Исповедь экономического убийцы" Джон Перкинс.* (Roman, 23.05.2020);

*Добавляйте счет для доната. Я хочу благодарить уважаемого Никиту Сергеевича за поставленные вопросы. (Сергей Митченков, 23.05.2020).*

В тактике совета чаще всего используются глаголы действия изъявительного наклонения первого числа: «предлагаю», «рекомендую», «советую». Кроме того, они могут выражаться глаголами повелительного наклонения, обозначающими конкретное действие: «добавляйте». Во втором комментарии проявляется специфика языка в интернет-дискурсе – используется англицизм «доната», означающий в переводе «пожертвования». Кроме того, благодарность в тексте выражается с помощью перформатива «я хочу благодарить».

**Тактика вопрошания** – запрос какой-либо информации, наличие вопроса (обычно к Н.С. Михалкову) в тексте комментария:

*Никита Сергеевич! Попросите Ваших помощников поднять официальную статистику по ВП (внебольничная пневмония) с 2000 по 2019 гг. Сделайте выводы ,а возможно и передачу сделаете ! По Грефу отлично прошлись, а почему про Чубайса умолчали??? Аон покруче выразился по отношению НАРОДА ! Вы причисляетесь к старинному княжескому роду ,якобы потомок Рюриков , почему бы Вам , Вашим наследникам не выдвигаться в президенты ? И правьте РУСЬЮ во благо НАРОДА , как Ваш предок царь Иван Четвертый ( изучая альтернативную историю, он убил НАРОДУ меньше в тысячи раз ,чем Романовы ) (Людмила Кондрикова, 23.05.2020);*

*Неожиданно. Что случилось, что произошло? Почему вдруг Никита стал говорить здравые вещи? Его Греф не берет с собой в 1 миллиард? Придётся подписаться) (Oleg, 23.05.2020).*

Для тактики вопрошания в текстах комментариев характерно наличие вопросительного предложения, однако не во всех случаях оно направлено на получение какой-либо информации – вопросительные конструкции могут принимать форму риторического вопроса.

**Тактика пожелания** – желание чего-то хорошего и приятного адресату или тому, кто упомянут в тексте:

*Никита Сергеевич, будьте здоровы, спасибо Вам за передачи, думающие люди с Вами, и не обращайтесь внимание на высер местной либерасни, у них нет мозга, вместо него у них диск - пан-американо... (Макс Ар, 23.05.2020);*

*Дай Бог вам здоровья, низкий поклон за правду!!! (Андрей Иванов, 23.05.2020).*

Тактика пожелания оформляется с помощью использования этикетных формул. Чаще всего Н.С. Михалкову желают здоровья «будьте здоровы», «Дай Бог вам здоровья», но встречаются и другие пожелания: «успехов», «храни Вас Бог».

**Тактика обещания** – заверение адресата в своей поддержке, обещании сделать что-то:

*Молодец Михалков! Благодарю за любовь к России, за активную позицию. Но вам надо объединяться с другими такими же здравомыслящими людьми. Либеральной сволоты на экранах и в эфире много. Простым людям нет доступа к эфирам, наше мнение не учитывается. Надежда на вас. А мы вас поддержим. (Ирина Титовец, 23.05.2020).*

В приведённом тексте используются следующие тактики: похвала («Молодец Михалков!»), благодарности («Благодарю»), совета («вам надо объединяться»), выражения мнения с аргументацией («Либеральной сволоты на экранах и в эфире много. Простым людям нет доступа к эфирам, наше мнение не учитывается») и обещания («А мы вас поддержим»). Наряду с негативно-оценочной лексикой в тексте используется парцелляция. Тактика обещания в обоих случаях характеризуется заверением в своей поддержке в будущем.

**Тактика призыва** – тактика, которая содержит в тексте побуждение к чему-либо, требование сделать что-либо:

*Никиту Сергеевича в президенты!* (Irina Baldina, 23.05.2020)

*Значит нашей, "горячо любимой" власти, это не удобно было слышать. Гнать Грефа из сбербанка. И всех, кто с ним! За одно к остальным **присмотреться!*** (Alexandr Galkin, 23.05.2020)

Тактика призыва может принимать форму лозунга, как показано в первом примере, либо же (в большинстве случаев) иметь в своём составе глаголы повелительного наклонения: «гнать», «присмотреться», «разогнать», «нужно действовать».

**Взаимодействие тактик внутри стратегии поддержки.** Речевая стратегия может реализовываться как с помощью одной тактики, так и нескольких тактик, которые последовательно используются в одном тексте. Больше всего в стратегии речевой поддержки сочетаются самые частотные по использованию тактики: выражения позитивно-оценочного мнения, благодарности, согласия, выражения чувств.

Стратегия речевой поддержки может реализовываться в тексте разным количеством тактик – от одной до пяти тактик. Из 93 комментариев лишь в 29 текстах пользователи ограничиваются одной тактикой. Остальные тексты содержат в среднем от двух до трёх тактик. Максимальное количество тактик в тексте – пять – приходится только на один комментарий.

Таким образом, стратегия речевой поддержки реализуется с помощью следующих тактик: тактика выражения позитивно-оценочного мнения, тактика выражения благодарности, тактика выражения согласия, тактика выражения собственных чувств, тактика комплимента, тактика похвалы, тактика совета, тактика вопрошания, тактика пожелания, тактика обещания, тактика призыва. Тексты данной стратегии могут содержать от одной до пяти тактик одновременно, наиболее сочетаемые из них – тактики выражения позитивно-оценочного мнения, благодарности и согласия.

#### 2.4. Стратегия негативации и реализующие её тактики

Выявлено, что речевая стратегия негативации используется в 33% комментариев. Тексты со стратегией негативации можно подразделить на две субстратегии выражения негативно-оценочного отношения: 1) выражение отрицательного мнения к передаче и её создателям; 2) выражение отрицательного мнения к тем, о ком идет речь в передаче.

Распределение субстратегий внутри стратегии негативации практически равномерно – к первой субстратегии относится 53%, ко второй – 47% текстов. Тем не менее, для реализации субстратегий пользователи используют одинаковые тактики. Приведём эти тактики также в порядке убывания частотности использования.

**Тактика выражения отрицательной оценки** – выражение отрицательно-оценочного отношения, касающегося ценности видеоматериала, слов автора или лиц, упомянутых в нём.

*Ну и бред )))* (Fred Grumman, 23.05.2020);

*Что я понял из этого видео. Наши отечественные бараны поверят в любую чушь. По комментатора это видно* (гос маппер, 23.05.2020);

*Маразматический бред и конспирологическое говно. Билл Гейтс прекрасный человек и не надо очернять его имя!* (6DarkMagician9, 23.05.2020)

В тактике выражения отрицательной оценки превалирует использование отрицательно-оценочной лексики: «бред», «говно», «вода» и т.п.

**Тактика оскорбления** – словесное принижение достоинства, личности, которое выражается в неприличной форме. Оскорбление можно отнести к проявлению речевой агрессии – поведения, которое «нацелено на причинение вреда (психологического, эмоционального) человеку, группе людей или обществу в целом» [Щербаков, 2012: 543]. Приведём примеры использования тактики оскорбления:

***Греф скотина!** Это его нужно обанкротить и пустить по миру. Скотина хочет жить по -человечески, а люди должны жить как скот в загоне (Iberis Umbellata, 23.05.2020)*

***Редкая скотина!** (Mark Topoliansky, 23.05.2020)*

В первом тексте используется фигура хиазма, где противопоставляется «скотина» и «люди», а также присутствует тактика призыва – «*Это его нужно обанкротить...*». В тактике оскорбления используется негативно-оценочная лексика, частым приёмом является реализация зооморфной метафоры. Нередко в текстах присутствует брань, обценная лексика.

**Тактика бездоказательного обвинения** – осуждение человека, выражение упрека в неискренности, преступлениях и т.д. Например:

*никитка, а как же твоя родословная? неужели не приняли тебя в евреи сатанисты? ты же ради них переобуваешься на лету. как там твой протезе зайцев с его сатанинскими фильмами?(Sera Z, 23.05.2020);*

*Когда же Вы, Никита Сергеевич, публично покаетесь? За то, что агитировали за Ельцина Б.Н., за то, что поддерживаете нынешнюю верхушку? Почему в необразованности детей, выросших при президенте Путине В.В. виноват кто угодно, особенно либералы и Навальный А., но только не Вы и не Ваш друг, как Вы его называете, Путин Владимир? А? (Дискотека восьмидесятых, 25.05.2020);*

*Никмта ! А где твой братик Задрот Кочановский ? **Мастер педофилии ? Вы наверное жрёте рябчиков ?** Едите дома - так сказзть... **Миллиардик наших денег уже получили ? Пилите с братиком ?** Я тебя огорчу Никита... Столовая на 160 посадочных мест стоит 3 000 000руб... Так что готовтесь...На Кольме сейчас - макароны дают ! А Россия понятно страна духовной деградации - особенно для задротов навроде вас ... (Роман Салин, 25.05.2020)*

Чаще всего тактика обвинения принимает форму вопросов, обращённых непосредственно к Н.С. Михалкову.



**Тактика навешивания ярлыков** – использование дискредитирующих слов или характеристик для создания негативного образа. Например:

*Никита Михалков — харизматичный хитробес, на генетическом уровне обладающий паразитальной способностью хорошо устроиваться при любой власти.* (Андрей Шилин, 23.05.2020);

*окончательно крыша у **барина** съехала* (Игорь Борисевич, 23.05.2020).

Первый текст представляет собой представляет собой навешивание ярлыка с помощью цитирования текста другого интернет-ресурса – lurkmore.to, в котором присутствует страница, посвящённая Н.С. Михалкову. Словесные ярлыки – *мракобес, барин.*

**Тактика призыва к насилию** – побуждения адресата к какому-либо действию, заключающемуся в нанесении ущерба личности, его имуществу, его уничтожении. Примерами этой тактики могут служить:

**ГРЕФ ДА ШИЗИК ПО ТЕБЕ ДУРКА ПЛАЧЕТ ТЫ ЖИВЕШЬ ПО КАБАЛЕ ГРАЖДАНЕ КОГО МЫ ДОПУСТИЛИ ЕЩЕ СБЕР БАНКЕ СЛУШАЙТЕ ЭТО НЕНОРМАЛЬНЫЙ ЧЕЛОВЕК ОН СЕБЯ РАСКРЫЛ ПОЛНОСТЬЮ ПОЧЕМУ ЭТИ ИДИОТЫ ГРАБЯТ СТРАНУ ВВ ПУТИНК\ГДЕ ТВОИ ГЛАЗА И УШИ ПОЧЕМУ ОНИ ВЗЯЛИСЬ ЗА РОССИЮ ДА ЭТИХ ГАДОВ УЖЕ СЕЙЧАС НАДО НЕМЕДЛЕННО УНИЧТОЖАТЬ** (Capriz, 23.05.2020)

*Вы только посмотрите на "народных избранников" заседающих в госдуме, на чиновников и министров нашего государства: у них же не лица, а самые настоящие рыла. В них нет ничего человеческого, и вот именно они вершат судьбу нашей страны и ее народов. И кто же виноват в том, что они правят нами и грабят страну на протяжении многих лет? А виноваты мы сами и потому расплачиваемся за это жалким существованием, и что хуже всего существованием будущего для своих детей и самой страны под названием Россия. Почему так произошло? Да потому что мы предали память своих отцов и матерей отдавших свои жизни и труд, ради наших жизней. Предали за кусок соевой колбасы и стаканчик кока - колы. Это мы*

*взрастили бандитов - банкиров паразитирующих на нашей личности, и именно мы добровольно принесли себя в жертву кредитному рабству. Если прозрели, то как говорил Маркс: **всю эту братию пьющую нашу кровь, нужно сбросит в ров. Другого пути нет** (Владимир Марков, 23.05.2020)*

В первом тексте о высокой эмоциональности автора сигнализирует использование исключительно заглавных букв, а также введение отрицательно-оценочной лексики. Во втором комментарии используется вопросно-ответный ход, применяется зооморфная метафора («у них же не лица, а самые настоящие рыла»), а также приводится цитирование в подтверждение своей позиции. В тактике чаще всего используются глаголы повелительного наклонения, семантически связанные с нанесением вреда: *уничтожить, сбросить, расстреливать.*

**Тактика насмешки** – речевое действие, заключающееся в издёвке, ироническом отношении к деятельности кого-то или его личности. Чаще всего целью насмешки становится Н.С. Михалков:

*Ага, как сказал Невзоров, **большой усатый попугай** (Dmitry Artemkin, 23.05.2020);*

***ПРОПАЛ - мигалков ...ПРОПАЛ** (alexander malahov, 23.05.2020).*

Первый текст содержит цитирование слов другого человека, цель которых – осмеяние личности Н.С. Михалкова с помощью зооморфной метафоры. В втором тексте, наряду с анафорой, применяется метатеза, позволяющая иронично обыграть фамилию автора программы «БесогонTV». Часто насмешка выражается в искажении фамилии Н.С. Михалкова или лиц, упомянутых в видео: «Мигалков», «грЭфик», «грефа отгриферить».

**Тактика выражения негативных чувств от просмотра передачи** – выражение отрицательных чувств и эмоций, вызванных просмотром видео:

***Как страшно за будущее детей, внуков.....греф-это фашист! Мы так разглагольствуем 9 мая про то, что победили фашизм....а он у нас вон где ...под носом....и мы живём по принципу фашистов....** (Елена Хорева, 23.05.2020).*

В тексте множество раз используется многоточие как средство передачи экспрессивности и перехода от мысли к мысли. В языковом отношении тактика выражения негативных чувств характеризуется использованием наречий, выражающих отрицательные эмоции: *страшно, противно.*

**Тактика несогласия** – выражение автором комментария расхождения его точки зрения с точкой зрения Н.С. Михалкова, его позицией, высказанной в видеоматериале.

*"Чем больше образования-тем больше потребления"- а вот и не правда Ваша и ООН!!! ГРЕТТА ТУМБЕРГ , которую в России так пинают, говорит и показывает на примере прямо противоположное! МИНИМАЛИЗМ-ВОТ ПРАВИЛЬНАЯ концепция будущего! (Kirill Veganski, 23.05.2020);*

*Смотрю Ваши передачи с удовольствием. Но с «делом Сети» не согласна. А попытки не свидетельствуют о том, что молодые люди, не выдержав пыток, могли себя и других оговорить? Как это было уже в нашей истории. Именно так и воспринимается это теми кто стоял в пикетах. И кто докажет обратное, когда мы не верим структурам, занимающимся вот такими способами «добычи доказательств»? Подбрасыванием наркотиков, пытками и т.д. А что нет такой вероятности, что тротил....тоже был подброшен? (Светлана Пяткова, 28.05.2020).*

В тактике несогласия несовпадение позиций может выражаться как прямо («вот и не правда Ваша»), так и косвенно – в таком случае текст строится как ответ на мнение, озвученное в видео.

**Тактика совета-призыва не верить сказанному** – содержание в тексте комментария рекомендации или побуждения к тому, чтобы не разделять точку зрения Н.С. Михалкова.

*Народ. Не ведитесь на этого жулика. Билл гейтс наоборот помогает выживать людям. Посмотрите ролик про гейтса на канале Быть или (Konstantin Kalugin, 23.05.2020)*

*Люди вы реально это г...но хаваете? Режиссер неудачник в наглуую сыят вам в уши. Какие чипы. У нас ИВЛ собрать из собственной электроники не могут потому что ее просто нет! Больше половины страны с кнопочным телефоном ходит. Не слушайте вы этого деда, я не знаю с какого бадуна надо встать чтобы такой бред снять. То что делает сейчас Михалков это позор отечественной режиссуры и кино. В Ютюбе уже достаточно видео с разоблачением этого фильма и фактов которые в нем преведены. (Anton Vo, 23.05.2020)*

В отличие от тактики совета в стратегии поддержки, тактика совета-призыва побуждает не к какому-либо действию, а к тому, чтобы адресат не верил словам автора программы. Выражается с помощью глагола повелительного наклонения и отрицательной частицы «не»: *не ведитесь, не слушайте, не смотрите.*

**Взаимодействие тактик внутри стратегии негативации.** Стратегия негативации в большинстве случаев реализуется с одновременным использованием нескольких тактик в тексте. Тем не менее, в 28% текстов присутствует только одна тактика, реализующая стратегию негативации. Наиболее продуктивным сочетанием тактик является соединение тактик выражения отрицательной оценки, оскорбления и бездоказательного обвинения.

Как и в стратегии поддержки, каждый текст комментария содержит хотя бы одну тактику, реализующую стратегию; максимально в стратегии может содержаться до четырёх различных тактик. В среднем текст комментария содержит две тактики (29 % текстов).

Таким образом, стратегия речевой негативации реализуется с помощью следующих тактик: тактика выражения отрицательной оценки, тактика оскорбления, тактика бездоказательного обвинения, тактика навешивания

ярлыков, тактика призыва к насилию, тактика насмешки, тактика выражения негативных чувств, тактика несогласия, а также тактика совета-призыва не верить сказанному. Тексты стратегии негативации содержат от одной до четырёх тактик. Чаще всего соединяются тактики выражения отрицательной оценки, тактики оскорбления и бездоказательного обвинения.

2.5. Стратегия нейтрального информирования и реализующие её тактики

Группа комментариев со стратегией нейтрального информирования является самой малочисленной группой из всех выделенных стратегий. В ходе анализа только 19% комментариев были отнесены к стратегии нейтрального информирования.

При рассмотрении данной стратегии стоит учесть её специфику – попытка выйти на диалог с Н.С. Михалковым и стремление выразить свое мнение по рассматриваемым вопросам, сделать запрос информации.

**Тактика выражения мнения по рассматриваемым в передаче вопросам,** которая представлена 87% текстов, часто принимает форму рассуждения:

*Не пойму Позицию Путина.. Он должен дистанцироваться от них..*  
(Александр Пересвет, 23.05.2020).

Для тактики выражения собственного мнения характерно использование глаголов изъявительного наклонения, которые подводят автора к рассуждению: *думаю, считаю, не пойму, хочу высказать*. Авторы комментариев не пытаются очернить или превознести чью-то личность.

**Тактика запроса информации** – требование или просьба о предоставлении каких-либо данных, сведений, адресованные Н.С. Михалкову, его команде или другим пользователям.

*Зачем НС вставил фрагмент с 43:46 ? Думаете, эфирные редактора могли его выпустить в эфир? Да, на Дальний Восток оттранслировали, вероятно, не отсмотрев... (Привет панда!, 23.05.2020);*

*Сразу вспоминаю картину "Иван Васильевич меняет профессию", где один из слуг крикнул: "Царь не тот, царя подменили! **Вот мой вопрос: А кто сейчас вместо Пу-на? Подменили?** (Ирина Филатова, 23.05.2020).*

*Никита Сергеевич, как с вами подружиться? (Yuri Hromenkov, 23.05.2020)*

Для тактики характерно наличие вопросительных предложений.

**Тактика совета** – рекомендация о выполнении какого-либо действия, например:

*Никита Сергеевич! **Вы не хотите сделать передачу или просто высказать свое мнение** государство это МЫ или Я! А то ведь каждый приплетает эту абстракцию государственности к каждому посту, и пытается доказать либо коллективную либо частную ответственность? А то ведь то что людям со средним образованием в советской школе говорили о государстве кажется устарело, мы знать стали больше раньше чем получили знания. (Sergey Gabekin, 23.05.2020);*

***Посмотрите** фильм "Заражение" 2011 года, он реально заставляет о многом задуматься и учтите, что это фильм, вышедший в 2011 году. (CRYPTAGEN, 23.05.2020).*

В текстах с тактикой совета чаще всего используются глаголы повелительного наклонения в повествовательных предложениях – «*посмотрите*», «*обратите внимание*», однако имеется случай использования вопросительного предложения – «*не хотите ли сделать*».

**Тактика сообщения дополнительной информации** – высказывание, содержащее информацию, которая, по мнению адресанта, может оказаться полезной для пользователей интернета или Н.С. Михалкова.

*Обратите внимание на то, что еще вчера просмотров этого видео было более 7 миллионов, а сегодня стало 5,5 мл. Ютуб по заказу кремлевских троллей срезал 1,5 мл.просмотров, а также лайки. (FAR Post, 23.05.2020)*

*У сбербанка есть разные виды акций есть, превелигерованные есть 50% их у государства и есть обычные 70% этих акций у американцев и британцев. Привелигированные акции они голосующие, а не превилигерованные они только для получения дивидендов. (Илья Лапинский, 23.05.2020).*

Если не принимать во внимание фразу-актуализатор *Обратите внимание*, то каких-либо других речевых особенностей оформления рассматриваемой тактики не выявлено.

**Тактика просьбы** – тактика, которая заключается в вежливом обращении к кому-либо с конкретной целью:

*Я прошу Вас подумать о нашей медицине и поговорить хоть чуток растолкуйте о страховой компании об оптимизации работаю уж больше 40 лет больно невыносимо смотреть наэто (Валентина Тулупова, 23.05.2020)*

Тактика оформлена этикетной формой «Я прошу вас подумать....».

**Взаимодействие тактик внутри стратегии нейтрального информирования.** В стратегии нейтрального информирования отмечается наименьшее разнообразие тактик в реализации одной стратегии. Только 5% текстов имеют одновременно три взаимодействующих в тексте тактики. Оставшиеся тексты используют от одной (52% текстов) до двух тактик (43% текстов). Чаще всего в тексте соединяются тактика выражения мнения и тактика запроса информации.

Таким образом, стратегия нейтрального информирования реализуется с помощью следующих тактик: тактика выражения мнения по рассматриваемым в передаче вопросам, тактика запроса информации, тактика совета, тактика сообщения дополнительной информации, тактика просьбы. Максимально в стратегии реализуется до трёх тактик, минимально – одна, из них чаще всего взаимодействуют тактики выражения мнения по

рассматриваемым в передаче вопросам и запроса информации. Стратегия нейтрального информирования, в отличие от стратегии поддержки и негативации, не имеет положительно или отрицательно оценивающих тактик.



## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Комментарии к выпускам программы Н.С. Михалкова «БесогонTV» в сети Интернет в зависимости от типа адресата подразделяются на три вида:

- комментарии, в которых адресатом выступает автор и его команда;
- комментарии, в которых адресатом выступают другие пользователи;
- комментарии, в которых адресат не обозначен.

Лингвопрагматический анализ текстов комментариев позволяет выделить три стратегии, используемые их авторами:

- стратегия поддержки – совокупность речевых действий, выражающих одобрительное отношение к адресату или другому упомянутому в тексте лицу, его позиции, признание ценности и значимости сделанного им;

- стратегия негативации – совокупность речевых действий, выражающих негативное отрицательное отношение к создателям медиапроекта (создателям передачи, ее ведущему) или упомянутым в передаче лицам, их дискредитация;

- стратегия нейтрального информирования – совокупность речевых действий, которые не нацелены на создание положительной или отрицательной оценки действий автора или других лиц, а направлены на установление диалога, получение необходимой информации, либо же предоставление информации, которая может быть значимой, поскольку имеет отношение к поднятым проблемам.

В комментариях первых двух типов преобладает использование стратегии поддержки – 66 % и 45 % текстов соответственно. В третьем типе комментариев в большей части текстов (40 %) используется стратегия негативации, что связано с наличием в тактике субстратегии, в которой негативно оценивается не Н.С. Михалков, упомянутые им в программе лица. Это позволяет сделать вывод о том, что целевая аудитория передачи

предпочитает выражать поддержку Н.С. Михалкову или его команде, сообщать о том, что они поддерживают автора программы.

При анализе стратегий речевого воздействия было выявлено, что их реализация происходит с использованием набора определённых речевых тактик и их особой синтагматикой (сочетанием).

Стратегия поддержки реализуется с помощью следующих тактик: тактика выражения позитивно-оценочного мнения, тактика выражения благодарности, тактика выражения согласия, тактика выражения собственных чувств, тактика комплимента, тактика похвалы, тактика совета, тактика вопрошания, тактика пожелания, тактика обещания, тактика призыва. Наиболее часто взаимодействуют тактики выражения положительно-оценочного мнения, благодарности и согласия. Максимальное количество реализуемых в одном комментарии тактик – пять.

Стратегия негативации реализуется с помощью отличного от стратегии поддержки набора тактик: тактика выражения отрицательной оценки, тактика оскорбления, тактика бездоказательного обвинения, тактика навешивания ярлыков, тактика призыва к насилию, тактика насмешки, тактика выражения негативных чувств, тактика несогласия, а также тактика совета-призыва не верить сказанному. Наиболее часто взаимодействующими являются тактика выражения отрицательной оценки, тактика оскорбления и тактика обвинения. Минимально в тексте присутствует одна тактика, максимально – четыре.

Стратегия нейтрального информирования реализуется с помощью следующих тактик: тактика выражения мнения по рассматриваемым в передаче вопросам, тактика запроса информации, тактика совета, тактика сообщения дополнительной информации, тактика просьбы. Минимально в тексте присутствует одна тактика, а максимально – три. Чаще всего внутри текста взаимодействуют тактика выражения по рассматриваемым в передаче вопросам мнения и тактика запроса информации.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящее исследование было направлено на описание стратегий и тактик речевого воздействия в интернет-комментариях к выпускам программы Н.С. Михалкова «БесогонTV» на платформе «YouTube». В результате работы сделаны следующие выводы.

Объектом лингвистики дискурса является текст, погруженный в ситуацию общения, жизнь, который взаимодействует и существует наравне с другими текстами. Изучение интернет-пространства, где одновременно сосуществует множество текстов, направленных на коммуникацию между пользователями, позволяет рассматривать коммуникацию в интернете с позиций лингвистики дискурса.

В результате обзора научной литературы был сделан вывод о том, что не все стороны интернет-дискурса можно считать детально изученными. Достаточно подробно охарактеризованы признаки интернет-дискурса, как основные (существование текста в электронном виде, гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность, синхронность/асинхронность, вариативность количества и эксплицированность коммуникантов), так и дополнительные (высокая степень анонимности, слабая регламентированность вербального поведения, отсутствие визуального контакта, добровольность и желаемость контактов, компенсаторность эмоционального компонента с помощью экстралингвистических средств). Установлено, что интернет-дискурс характеризуется устно-письменным характером речи, использованием интернет-сленга и заимствованной лексики, низкой грамотностью текстов пользователей, связанной с намеренным игнорированием норм и правил русского языка. Кроме того, в текстах интернет-дискурса часто используются приёмы языковой игры и аббревиация.

Жанры интернет-дискурса входят в сферу интересов виртуального жанроведения. Классификации жанров интернет-дискурса строятся на

разных основаниях: по содержанию жанра, по технологическому критерию. Жанровый статус интернет-комментария определяется по-разному: как гипержанр (Е.И. Горошко, Т.Л. Полякова) или как субжанр (Л.Ю. Щипицина) – что связано с неоднозначным пониманием терминов.

Интернет-комментарий представляет собой жанр интернет-дискурса, являющийся реакцией пользователя на какой-либо исходный материал, в которой содержится отношение к этому материалу, его автору, явлениям или лицам, упомянутых в нём.

В ходе анализа 201 интернет-комментария к выпускам видеопередачи «БесогонTV» было выявлено следующее.

Комментарии к передачам «БесогонTV» подразделяются на три типа на основе того, кто обозначен в них адресатом:

- 1) комментарии, обращённые к автору программы и его команде;
- 2) комментарии, обращённые к другим пользователям;
- 3) комментарии, где адресат не обозначен.

Лингвопрагматический анализ комментариев позволил выделить три основные стратегии речевого воздействия, которых придерживаются пользователи: стратегия речевой поддержки (совокупность речевых действий, выражающих одобрительное отношение к адресату или другому упомянутому в тексте лицу, его позиции, признание ценности и значимости сделанного им), стратегия негативации (совокупность речевых действий, выражающих отрицательное отношение к создателям медиапроекта (создателям передачи, ее ведущему) или упомянутым в передаче лицам, их дискредитация), стратегия нейтрального информирования (совокупность речевых действий, которые направлены на установление диалога, получение необходимой информации или предоставление информации, которую автор комментария считает значимой).

Количественный анализ собранного материала позволяет заключить, что среди комментариев первого и второго типов наиболее распространённой является стратегия речевой поддержки (66 % и 45 % текстов соответственно),

в то время как в третьем типе комментариев превалирует стратегия негативации – 40 % текстов. Такая частотность стратегии негативации в комментариях третьего типа объясняется наличием двух субстратегий в составе стратегии, объектом негативации в которых выступают разные лица, в то время как третий тип комментариев отличается неопределённостью адресата.

Реализация стратегий речевого воздействия происходит с использованием набора определённых речевых тактик и их разной синтагматикой (сочетанием).

Стратегия поддержки реализуется с помощью следующих тактик: тактика выражения позитивно-оценочного мнения, тактика выражения благодарности, тактика выражения согласия, тактика выражения собственных чувств, тактика комплимента, тактика похвалы, тактика совета, тактика вопрошания, тактика пожелания, тактика обещания, тактика призыва. Наиболее часто взаимодействуют тактика выражения положительно-оценочного мнения, тактика благодарности и тактика согласия. Максимальное количество реализуемых в одном комментарии тактик – пять.

Стратегия негативации реализуется с помощью отличного от стратегии поддержки набора тактик: тактика выражения отрицательной оценки, тактика оскорбления, тактика бездоказательного обвинения, тактика навешивания ярлыков, тактика призыва к насилию, тактика насмешки, тактика выражения негативных чувств, тактика несогласия, а также тактика совета-призыва не верить сказанному. Наиболее часто взаимодействующими являются тактика выражения отрицательной оценки, тактика оскорбления и тактика обвинения. Минимально в тексте присутствует одна тактика, максимально – четыре.

Стратегия нейтрального информирования реализуется с помощью следующих тактик: тактика выражения мнения по рассматриваемым в передаче вопросам, тактика запроса информации, тактика совета, тактика

сообщения дополнительной информации, тактика просьбы. Минимально в тексте присутствует одна тактика, максимально – три. Чаще всего взаимодействуют тактики выражения по рассматриваемым в передаче вопросам мнения и запроса информации. Такое сравнительно низкое сочетание тактик внутри одного текста объясняется целью стратегии нейтрального информирования – предложение к рассмотрению информации, запрос конкретной информации. Стратегия нейтрального информирования в меньшей степени направлена на эмоциональное речевое воздействие, в отличие от стратегии речевой поддержки или стратегии негативации.

К перспективам дальнейшего исследования можно отнести изучение стратегий и тактик речевого воздействия в интернет-комментариях пользователей сети Интернет, являющихся реакциями на комментарии других пользователей к видеоматериалам различного тематического содержания.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абдуллина Л. Р. Эволюция жанра комментария: теоретический аспект [Электронный ресурс] // Вестник Челябинского государственного университета 2014. № 7. С. 129–132. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-zhanra-kommentariya-teoreticheskiy-aspekt> (дата обращения: 16.06.2020).
2. Арутюнова Н. Д. Дискурс [Электронный ресурс] // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990. С. 136–137. URL: <https://lingvisticheskiy-slovar.ru/description/diskurs/168> (дата обращения: 16.06.2020).
3. Ахренова Н. А. Интернет-дискурс как глобальное межкультурное явление и его языковое оформление: автореф. дис. ... док. филол. наук: 10.02.19. Москва, 2009. 39 с.
4. Болтнева Н. А. О проблеме дискурса в современной лингвистике [Электронный ресурс] // Ученые записки Тамбовского отделения Российского союза молодых ученых, 2015. № 4. С. 46–52. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-probleme-diskursa-v-sovremennoy-lingvistike> (дата обращения: 16.06.2020).
5. Василенко Е. Н. Комментарий в жанровом пространстве интернет-дискурса [Электронный ресурс] // Вестник МГЛУ, 2019. № 3. С. 20–27. URL: <http://e-lib.mslu.by/handle/edoc/785> (дата обращения: 16.06.2020).
6. Галичкина Е. Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Волгоград, 2001. 212 с.
7. Галичкина Е. Н. Общая характеристика компьютерно-опосредованного дискурса // Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. С. 53–72.

8. Галичкина Е. Н. Введение в компьютерную коммуникацию: учебное пособие. Москва: КНОРУС; Астрахань: АГУ, ИД «Астраханский университет», 2016. 132 с.

9. Горбунова И. В. Процессы англизации в эпоху развития языка интернета [Электронный ресурс] // Бизнес-образование в экономике знаний, 2016. № 2. С. 13–18. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/protsessy-anglizatsii-v-epohu-razvitiya-yazyka-interneta> (дата обращения: 16.06.2020)

10. Горина Е. В. Конституирующие признаки дискурса Интернета: автореф. дис. ... док. филол. наук: 10.02.19. Екатеринбург, 2016. 55 с.

11. Горошко Е. И., Жигалина Е. А. Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное [Электронный ресурс] // Вопросы психолингвистики. 2010. № 12. С. 105–123. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnoe-zhanrovedenie-ustoyavsheesya-i-spornoe> (дата обращения: 16.06.2020).

12. Горошко Е. И. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры // Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. С. 9–53.

13. Горошко Е. И., Полякова Т. Л. К построению типологии жанров социальных медий [Электронный ресурс] // Жанры речи. 2015. № 2. С. 119–127. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-postroeniyu-tipologii-zhanrov-sotsialnyh-mediya-1> (дата обращения: 16.06.2020).

14. Грибовод Е. Е. Интернет-дискурс [Электронный ресурс] // Дискурс-Пи. 2013. № 3. С. 118–119. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-diskurs> (дата обращения: 16.06.2020).

15. Гридина Т. А., Талашманов С. С. Языковая игра в современной интернет-коммуникации: метаязыковой аспект [Электронный ресурс] // Политическая лингвистика, 2019. № 3. С. 31–37. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovaya-igra-v-sovremennoy-internet-kommunikatsii-metayazykovoy-aspekt> (дата обращения: 16.06.2020).



16. Дейк Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.

17. Евсеева И. В., Кожеко А. В. Вежливость в интернет-комментарии школьников [Электронный ресурс] // Экология языка и коммуникативная практика. 2014. № 1. С. 95–106. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vezhlivost-v-internet-kommunikatsii-shkolnikov> (дата обращения: 16.06.2020).

18. Егорова М. А. Отклики и оценочные комментарии при компьютерно-опосредованной коммуникации [Электронный ресурс] // Вестник Воронежского государственного университета. 2014. № 1. С. 15–20. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otkliki-i-otsenochnye-kommentarii-pri-kompyuterno-oposredovannoy-kommunikatsii> (дата обращения: 16.06.2020).

19. Захватаева К. С. Роль английского языка в процессе современного англо-русского языкового контактирования [Электронный ресурс] // Вестник Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского. 2012. № 3–1. С. 400–403. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-angliyskogo-yazyka-v-protseesse-sovremennogo-anglo-russkogo-yazykovogo-kontaktirovaniya> (дата обращения: 16.06.2020).

20. Зеленовская А. В. Понятия «компьютерный дискурс», «интернет-дискурс», «виртуальный дискурс» [Электронный ресурс] // Язык и культура. 2014. № 12. С. 17–21. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatiya-kompyuternyy-diskurs-internet-diskurs-virtualnyy-diskurs> (дата обращения: 16.06.2020).

21. Зудилина Н. В. Особенности проявления интерактивности интернет-сообществ [Электронный ресурс] // Ученые записки Крымскоо федерального университета имени В. И. Вернадского. 2011. № 3–4. С. 143–152. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-proyavleniya-interaktivnosti-internet-soobschestv> (дата обращения: 16.06.2020).

22. Иванова С. В., Зубарева В. М. Жанровые особенности коммента как интернет-текста [Электронный ресурс] // Вестник Башкирского университета. 2013. № 4. С. 1147–1151. URL: <https://cyberleninka.ru/>

[article/n/zhanrovye-osobennosti-kommenta-kak-internet-teksta](#) (дата обращения: 16.06.2020).

23. Ионова Т. А. Типы комментариев в британских СМИ и способы трансформации исходной информации [Электронный ресурс] // Вестник Волгоградского государственного университета. 2012. № 1. С. 137–142. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/typy-kommentariya-v-britanskih-smi-i-sposoby-transformatsii-ishodnoy-informatsii> (дата обращения: 16.06.2020).

24. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Издательство ЛКИ, 2008. 288 с.

25. Карасик В. И. Дискурс [Электронный ресурс] // Дискурс-Пи. 2015. № 3–4. С. 147–148. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskurs> (дата обращения: 16.06.2020).

26. Колокольцева Т. Н. Предисловие // Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. С. 5–9.

27. Компанцева Л. Ф. Интернет-коммуникация: когнитивно-прагматический и лингвокультурологический аспекты. Луганск: Знание, 2008. 444 с.

28. Кронгауз М. А. Русский язык на грани нервного срыва. М.: Знак: Языки славянских культур, 2007. 299 с.

29. Латипова А. Л. Лингвистические особенности языка интернет-дискурса [Электронный ресурс] // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2018. № 6. С. 159–163. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvisticheskie-osobennosti-yazyka-internet-diskursa> (дата обращения: 16.06.2020).

30. Лутовинова О. В. К проблеме категорий виртуального дискурса [Электронный ресурс] // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2006. № 3. С. 20–25. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-probleme-kategoriy-virtualnogo-diskursa> (дата обращения: 16.06.2020).

31. Лутовинова О. В. Интернет как новая «устно-письменная» система коммуникации [Электронный ресурс] // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2008. № 71. С. 58–65. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-kak-novaya-ustno-pismennaya-sistema-kommunikatsii> (дата обращения: 16.06.2020).

32. Лутовинова О. В. Языковая личность в интернет-коммуникации Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. С. 124–139.

33. Мельникова О. К. К вопросу об определении термина «Интернет-дискурс» [Электронный ресурс] // Казанский вестник молодых учёных, 2018. № 4. С. 30–33. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-opredelenii-termina-internet-diskurs> (дата обращения: 16.06.2020).

34. Морослин П. В. Язык Интернета как объект лингвистический исследований [Электронный ресурс] // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика, 2009. № 3. С. 10–17. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazyk-interneta-kak-obekt-lingvisticheskikh-issledovaniy> (дата обращения: 16.06.2020).

35. Розина И. Н. Педагогическая коммуникация в электронной среде: теория, практика и перспективы развития [Электронный ресурс] // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки, 2004. № 2. С. 97–101. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pedagogicheskaya-kommunikatsiya-v-elektronnoy-srede> (дата обращения: 16.06.2020).

36. Розина И. Н. Компьютерно-опосредованная коммуникация: моделирование, реализация и исследование [Электронный ресурс] // Образовательные технологии и общество. 2009. № 2. С. 387–388. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kompyuterno-oposredovannaya-kommunikatsiya-modelirovanie-realizatsiya-i-issledovanie> (дата обращения: 16.06.2020).

37. Савельева И. В. Лингвоперсонологический потенциал интернет-комментария [Электронный ресурс] // Сибирский филологический журнал.

2017. № 4. С. 192–201. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvopersonologicheskiiy-potentsial-internet-kommentariya> (дата обращения: 16.06.2020).

38. Савельева И. В. Интернет-комментарий как вторичный текст: семиотическая модель текстопорождения [Электронный ресурс] // Вестник Кемеровского государственного университета. 2019. № 3. С. 839–849. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-kommentariy-kak-vtorichnyy-tekst-semioticheskaya-model-tekstoporozhdeniya> (дата обращения: 16.06.2020).

39. Сковородников А. П. Коммуникативные стратегии и тактики // Эффективное речевое общение (базовые компетенции): словарь-справочник / под ред. А. П. Сковородникова. Красноярск: Изд-во Сибирского федерального университета, 2012. С. 246–247.

40. Смирнов Ф. О. Интернет-общение на английском и русском языках: опыт лингвокультурного сопоставления [Электронный ресурс] // Международная конференция по компьютерной лингвистике «Диалог-2005». 2005. С. 1–3. URL: <http://www.dialog-21.ru/media/2465/smirnovf.pdf> (дата обращения: 16.06.2020)

41. Степанова Л. Н. Типология комментария в условиях перехода в Сеть (на основе лексикографического анализа) [Электронный ресурс] // Учёные записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки, 2013. № 1. С. 398–403. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-kommentariya-v-usloviyah-perehoda-v-set-na-osnove-leksikograficheskogo-analiza> (дата обращения: 16.06.2020).

42. Тюленева В. Н., Шушарина В. А. Язык интернета: характеристика, особенности и влияние на речь [Электронный ресурс] // Вестник Курганского государственного университета. 2018. №1. С. 20–25. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazyk-interneta-harakteristika-osobennosti-i-vliyanie-na-rech> (дата обращения: 16.06.2020).

43. Хурматуллин А. К. Понятие дискурса в современной лингвистике [Электронный ресурс] // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. Науки. 2009.

№5. С. 31–37. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-diskursa-v-sovremennoy-lingvistike> (дата обращения: 16.06.2020).

44. Чернявская В. Е. Лингвистика текста. Лингвистика дискурса: учеб. пособие / В. Е. Чернявская. М.: ФЛИНТА: Наука, 2013. 208 с.

45. Шурупова А. С., Шурупова О. С. Английские заимствования в жизни российского обывателя [Электронный ресурс] // Концепт. 2017. № 6. С. 1–5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/angliyskie-zaimstvovaniya-v-zhizni-rossiyskogo-obyvatelya> (дата обращения: 16.06.2020).

46. Шхумихшова А. Р., Калашаова А. А. Лингвостилистические особенности интернет-комментария в СМИ [Электронный ресурс] // Cross-Cultural Studies: Education and Science, 2018. № 3. С. 387–392. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvostilisticheskie-osobennosti-internet-kommentariya-v-smi> (дата обращения: 16.06.2020).

47. Щербаков А. В. Речевая агрессия // Эффективное речевое общение (базовые компетенции): словарь-справочник / под ред. А. П. Сковородникова. Красноярск: Изд-во Сибирского федерального университета, 2012. С. 543–544.

48. Щипицина Л. Ю. Жанры компьютерно-опосредованной коммуникации: монография / Л. Ю. Щипицина. Архангельск: Поморский университет, 2009. 238 с.

49. Щипицина Л. Ю. Комплексная лингвистическая характеристика компьютерно-опосредованной коммуникации (на материале немецкого языка): автореф. дис. ... док. филол. наук: 10.02.04. Воронеж, 2011. 40 с.

50. Щипицина Л. Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация или электронный дискурс? к определению основного понятия в лингвистическом изучении интернета [Электронный ресурс] // Вестник ТГУ. 2009. № 9. С. 233–239. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kompyuterno-oposredovannaya-kommunikatsiya-ili-elektronnyy-diskurs-k-opredeleniyu-osnovnogo-ponyatiya-v-lingvisticheskom-izuchenii> (дата обращения: 16.06.2020).

51. Щипицина Л. Ю. Жанровый статус сетевого комментария [Электронный ресурс] // Вестник Башкирского ун-та. 2015. № 2. С. 528–532. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovyy-status-setevogo-kommentariya> (дата обращения: 16.06.2020)
52. Эпштейн В. Л. Гипертекст и гипертекстовые системы [Электронный ресурс]. Москва: ИПУ, 1998. 39 с. URL: <http://www.lingvolab.chat.ru/library/hypertext.htm> (дата обращения: 16.09.2020).
53. Crystal D. Language and the Internet. 2<sup>nd</sup> edition. Cambridge, Cambridge University Press, 2006. 318 p.
54. Crystal D. Internet Linguistics: A student guide. London: Routledge, 2011. 179 p.
55. Herring S. Computer-mediated communication : linguistic, social, and cross-cultural perspectives. Amsterdam: John Benjamins, 1996. 326 p.
56. Laineste L. Funny or Aggressive? Failed Humour in Internet Comments [Electronic Resource] // Folklore: Electronic Journal of Folklore. 2013. 53. P. 29–46. URL: [https://www.researchgate.net/publication/271285410\\_Funny\\_or\\_Aggressive\\_Failed\\_Humour\\_in\\_Internet\\_Comments](https://www.researchgate.net/publication/271285410_Funny_or_Aggressive_Failed_Humour_in_Internet_Comments) (date of treatment: 16.06.2020).

## РЕФЕРАТ

*Тема бакалаврской работы* – «Комментарии интернет-пользователей к выпускам передачи Н. Михалкова "БесогонТВ": лингвопрагматический аспект». Выпускная квалификационная работа представлена в объёме 70 страниц, включает в себя 1 иллюстрацию, 1 диаграмму, а также список использованной литературы, состоящий из 56 источников, 4 из которых на иностранных языках.

*Ключевые слова:* ЛИНГВИСТИКА ДИСКУРСА, ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРС, ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЙ, РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ, СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ.

*Цель:* представить описание типов и особенностей речевого оформления стратегий и тактик воздействия в комментариях к выпускам передачи «БесогонТВ» на платформе «YouTube».

*Задачи:* 1) представить краткий обзор научной литературы, посвящённой изучению интернет-дискурса и его жанров; 2) выявить и описать типы стратегий и тактик речевого воздействия в интернет-комментариях к передаче «БесогонТВ» на платформе YouTube; 3) выявить и описать речевые особенности их оформления.

*Актуальность* исследования обусловлена активным развитием интернет-лингвистики и в то же время недостаточной изученностью жанра интернет-комментария в лингвопрагматическом аспекте.

*Основные выводы и результаты исследования*

1. Доказано, что в рамках виртуального жанроведения по-прежнему недостаточно изученным остается жанр интернет-комментария, представляющий собой реакцию пользователя на какой-либо исходный материал, в которой содержится отношение к этому материалу, его автору, явлениям или лицам, упомянутых в нём.

2. Предъявлена классификация интернет-комментариев к выпускам программы «БесогонТВ», размещённой на платформе «YouTube», на основе обозначенного в них адресатом: 1) комментарии, обращённые к автору программы и его команде, 2) комментарии, обращённые к другим пользователям, 3) комментарии, в которых адресат не обозначен.

3. Выявлено, что в интернет-комментариях пользователей к выпускам программы Н. Михалкова «БесогонТВ» реализуются три речевые стратегии, каждая из которых представлена специфическими тактиками: стратегия поддержки (тактики: выражение позитивно-оценочного мнения, благодарности, согласия, чувств и переживаний, комплимент, похвала, совет, вопрошание, пожелание, обещание, призыв), стратегия негативации (тактики: выражение отрицательной оценки, оскорбление, бездоказательное обвинение, навешивание ярлыков, призыв к насилию, насмешка, выражение негативных чувств, несогласия, совет-призыв не верить сказанному) и стратегия нейтрального информирования (тактики: выражение мнения по рассматриваемым в передаче вопросам, запрос информации, совет, сообщение дополнительной информации, просьба). Речевые тактики, реализующие ту или иную стратегию, могут совмещаться внутри одного комментария: минимально в тексте присутствует одна тактика, максимально – пять.

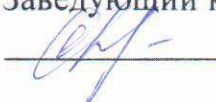
4. Выявлено, что речевые стратегии обладают разной частотностью в интернет-комментариях: в комментариях первого и второго типа наиболее часто используемой является стратегия поддержки, в комментариях третьего типа – стратегия негативации.

5. Представлено описание наиболее характерных для тактик языковые средств оформления.

*Перспективы дальнейшего исследования:* изучение стратегий и тактик речевого воздействия в интернет-комментариях пользователей сети Интернет, являющихся реакциями на комментарии других пользователей к видеоматериалам различного тематического содержания.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра русского языка и речевой коммуникации  
45.03.01 Филология

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой РЯиРК  
 И.В. Евсева  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 г.

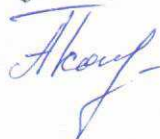
БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА  
**КОММЕНТАРИИ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ К  
ВЫПУСКАМ ПЕРЕДАЧИ Н. МИХАЛКОВА «БЕСОГОН TV»:  
ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Выпускник



В.А. Батулин

Научный руководитель



докт. филол. наук, профессор  
Г.А. Копнина

Красноярск 2020



## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>3</b>
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЯ В АСПЕКТЕ ЛИНГВИСТИКИ ДИСКУРСА.....</b>	<b>6</b>
1.1. Лингвистика дискурса: обоснование теоретического статуса дисциплины.....	6
1.2. Интернет-дискурс: определение понятия, жанровая система.....	8
1.2.1. Интернет дискурс в системе других типов дискурса: основные признаки.....	8
1.2.2. Жанры интернет-дискурса: проблема классификации.....	15
1.2.3. Языковые особенности интернет-дискурса .....	19
1.3. Жанр интернет-комментария как объект лингвистического исследования.....	24
1.3.1. Определение и виды интернет-комментария.....	24
1.3.2. Лингвистические особенности интернет-комментария как жанра.....	27
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1.....</b>	<b>31</b>
<b>ГЛАВА 2. СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЯХ НА ПЛАТФОРМЕ YOUTUBE К ВЫПУСКАМ ПРОГРАММЫ Н. МИХАЛКОВА «БЕСОГОНТВ».....</b>	<b>33</b>
2.1. Определение и проблема классификации стратегий и тактик речевого воздействия.....	33
2.2. Частотность стратегий в интернет-комментариях разного типа.....	35
2.3. Стратегия поддержки и реализующие её тактики.....	39
2.4. Стратегия негативации и реализующие её тактики.....	46
2.5. Стратегия нейтрального информирования и реализующие её тактики	53
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2.....</b>	<b>57</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>59</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....</b>	<b>63</b>

## ОТЗЫВ НАУЧНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ

д-ра филол. наук, профессора кафедры русского языка и речевой коммуникации  
Копниной Галины Анатольевны

на выпускную квалификационную работу студента направления 45.03.01 Филология  
(ИФиЯК, СФУ) В.А. Батурина «Комментарии интернет-пользователей к выпускам  
передачи Н. Михалкова "БесогонTV": лингвопрагматический аспект» (Красноярск, 2020)

№	Параметры оценивания	Уровни оценивания			
		высокий	средний	низкий	не представлен
1.	Способность к самостоятельному анализу, выводам и обобщениям	√			
2.	Степень вхождения в проблематику, владение методологией исследования		√		
3.	Филологическая эрудированность и научный стиль изложения		√		
4.	Количество языкового материала и качество его анализа / качество анализа литературного материала	√			
5.	Глубина раскрытия темы		√		
6.	Степень оригинальности работы (отсутствие неправомерных заимствований)	√			
7.	Ответственность в отношении к работе	√			
8.	Соблюдение графика выполнения ВКР	√			
9.	Отсутствие опечаток, орфографических и/или пунктуационных ошибок	√			
10.	Оформление текста и библиографии	√			
<b>Комментарии научного руководителя</b>					
<p>Над написанием текста выпускной квалификационной работы студент трудился в течение преддипломной практики, четко соблюдая согласованные с научным руководителем сроки, что позволило ему достичь поставленных цели и задач.</p> <p>Несмотря на отдельные фрагменты реферативного характера, в квалификационной работе продемонстрировано умение сопоставлять разные точки зрения, критически их оценивать и делать обобщающие выводы. Проанализировано достаточное для уровня бакалаврской работы количество материала исследования, показывающее умения и навыки лингвопрагматического анализа текста.</p> <p>В качестве недостатка отметим наличие в сданном первоначально на проверку тексте некоторых стилистических погрешностей, по возможности устраненных на этапе его редактирования, но свидетельствующих тем не менее о недостаточно высоком уровне владения научным стилем изложения.</p>					
<b>Итоговая оценка научного руководителя</b>		<i>Хорошо</i>			

Д-р филол. наук, профессор КРЯиРК



Г.А. Копнина