

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

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации  
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой ТГ ЯиМКК  
\_\_\_\_\_ О.В. Магировская  
« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**КАТЕГОРИЯ ОЦЕНКИ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ (НА  
МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ)**

Выпускник

В.С. Иванникова

Руководитель

канд. филол. наук,  
доц. Н.Г. Бурмакина

Нормконтролер

М.В. Файзулаева

Красноярск 2021

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ .....</b>	<b>4</b>
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ КАТЕГОРИИ ОЦЕНКИ .....</b>	<b>7</b>
1.1. Природа оценки и ее интерпретация в лингвистической науке .....	7
1.1.1. Разграничение понятий <i>оценка, оценочность, экспрессивность, образность, эмоциональность</i> .....	7
1.1.2. Принципы классификации оценочных единиц.....	14
1.1.3. Понятия эксплицитно и имплицитно выраженной, прямой и косвенной оценки .....	21
1.2. Основные характеристики интернет-коммуникации .....	25
1.2.1. Жанр комментариев в интернет-коммуникации.....	28
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1 .....</b>	<b>31</b>
<b>ГЛАВА 2. ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ОЦЕНКИ В КОММЕНТАРИЯХ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ТИКТОК (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ).....</b>	<b>33</b>
2.1. Отражение ключевых характеристик лингвокультур Китая и США в интернет-коммуникации .....	33
2.1.1. Коммуникативные паттерны китайской лингвокультуры в интернет-пространстве .....	33
2.1.2. Проявление американского коммуникативного стиля в интернет-общении .....	35
2.2. Коммуникация в социальной сети TikTok .....	37
2.3. Выражение оценки в комментариях на английском и китайском языках в сети TikTok .....	38

2.3.1. Способы выражения оценки в комментариях на китайском языке.....	
.....	38
2.3.2. Способы выражения оценки в комментариях на английском языке...	
.....	51
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2 .....</b>	<b>64</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>67</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....</b>	<b>70</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Оценивание является одной из важнейших составляющих когнитивной деятельности человека. Как правило, в мире нет плохих и хороших предметов и явлений в абсолютном их смысле, они выделяются как таковые только в сознании человека. Так оценка может носить положительный или отрицательный характер. Проблема явления оценки до сих пор привлекает внимание многих исследователей в самых различных сферах, потому что само понятие «оценка» довольно широкое и сложное. Это и стало одной из причин выбора данной темы. Последовательный анализ позволит детально рассмотреть данное явление и сделать выводы.

**Актуальность темы исследования** заключается в недостаточной изученности оценочных единиц на материале интернет-публикаций в жанре комментариев. Также оценка проявляется в большом разнообразии речетворческой деятельности человека и обладает антропоцентрическим характером, изучение которого приобретает все большее значение в последнее десятилетие.

**Объектом исследования** является категория оценочности в жанре комментариев в рамках интернет-коммуникации.

**Предметом исследования** являются средства выражения оценки на английском и китайском языках.

**Целью работы** является исследование лингвистических и экстралингвистических средств выражения оценки на материале комментариев к публикациям в Интернете.

Достижение поставленной цели требует решения следующих **задач**:

- 1) рассмотреть подходы к определению оценки и смежных с ней понятий;
- 2) описать содержательно-семантические характеристики оценки;
- 3) изучить способы выражения оценочных единиц;

4) обобщить основные характеристики жанра комментариев в интернет-коммуникации;

5) проанализировать способы выражения оценки на основе англоязычных и китайских комментариев в популярной сети TikTok.

**Материалом исследования** являются комментарии к публикациям в социальной сети TikTok на двух языках.

**Методы исследования.** В данной работе поиск и отбор материала осуществлён методом сплошной выборки, а его рассмотрение – методом сопоставительного, контекстуального и количественного анализов.

**Практическая значимость** данного исследования заключается в том, что полученные результаты могут послужить материалом для различных сравнительных исследований (языковых оценочных конструкций) в сфере интернет- и межкультурной коммуникации.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

В введении указывается и описывается объект исследования, обосновываются актуальность и практическая значимость работы, формулируются ее цель и задачи, определяются методы, излагается структура выпускной квалификационной работы и проводятся научные источники, которые были применены в ходе исследования.

**В Главе 1 «Теоретические основы изучения категории оценки»** описывается природа оценки, а также основные термины, связанные с оценкой и смежными с ней понятиями. Также в теоретической части работы приводятся уровни выражения оценочных единиц и рассматриваются особенности жанра комментариев в интернет-коммуникации.

**В Главе 2 «Языковые средства выражения оценки в комментариях социальной сети TikTok (на материале английского и китайского языков)»** проводится анализ материала на наличие языковых средств выражения оценочности в комментариях к публикациям в сети TikTok на двух языках. Выявляются и описываются наиболее употребительные

языковые средства выражения оценки проводится распределение найденных средств в соответствии с классификацией, описанной в теоретической части работы. На основе полученных данных, после каждого проанализированного уровня (лексического, синтаксического, стилистического и графического) составляется таблица, которая демонстрирует самые распространенные лексемы, синтаксические, стилистические и графические приемы, а также частотность их употребления. В конце проводится сопоставительный анализ между выражением оценки на английском и китайском языках.

**В заключении** приводятся итоги исследования, формулируются выводы по изучаемой проблеме.

**Список использованной литературы** состоит из русскоязычных научных источников, а также статей на английском языке. Общее количество источников – 72 единицы.

**Апробация работы.** Основные положения и результаты исследования по теме «Имплицитная оценка в интернет-коммуникации на материале китайского языка» представлены в докладе на научно-практической конференции «II Международный Форум языков и культур» (Красноярск, 2021).

# ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ КАТЕГОРИИ ОЦЕНКИ

## 1.1. Природа оценки и ее интерпретация в лингвистической науке

### 1.1.1. Разграничение понятий *оценка, оценочность, экспрессивность, образность, эмоциональность*

Изучению оценки посвящены труды многих российских и зарубежных исследователей, среди которых можно назвать работы таких авторов как Н.Д. Арутюнова, Е.М. Вольф, А.Е. Чернявская, Е.Ю. Щербатых и др. Каждый из исследователей по-своему определяет понятие «оценка», рассматривая его в философском, логическом, психологическом и лингвистическом планах. Оценка само по себе явление очень сложное и обширное. Как отмечает О.А. Дормидонтова, сложен и процесс порождения оценки, во время которого «то или иное явление должно быть не только воспринято, но и сопоставлено с существующей моделью мира или с особыми представлениями человека, пропущенными через мыслительную сферу и сферу его чувств, и в результате классифицировано» [Дормидонтова, 2009: 47]. Стоит отметить, что оценка представляет собой отражение реальной действительности «в зеркале субъективной модальности», а значит является «антропоцентричным» явлением [Там же]. Н.Д. Арутюнова определяет оценку как «умственный акт, в результате которого устанавливается отношение субъекта к оцениваемому объекту с целью определения его значения для жизни и деятельности субъекта» [Арутюнова, 1988: 6]. Она считает, что «природа оценки отвечает природе человека», ведь для того, чтобы оценить объект, человек должен «пропустить» его через себя. С.С. Хидекель и Г.Г. Кошель рассматривают оценку как «общественно закрепленное отношение носителей языка (хороший – плохой, хорошо – плохо) к внеязыковому объекту и к фактам языка и речи» [Хидекель, Кошель,

1983: 11]. С точки зрения Е.Ю. Щербатых, понятие оценки тесно связано с понятием ценности. Именно в оценке формируется картина ценностей, руководствуясь которой человек воспринимает окружающий его мир. И все же, оценка и ценность не являются тождественными категориями, и между ними необходимо провести четкую границу [Щербатых, 2016].

Н.Д. Арутюнова в своей работе «Типы языковых значений» отмечает, что оценка всегда социально обусловлена. Ее интерпретация зависит от определенных норм и правил, которые приняты в обществе. Мировоззрение, социальные интересы, мода и престижность могут как формировать, так и деформировать оценку. Оценка выражает личные мнения и вкусы говорящего, а они различны у разных людей. Н.Д. Арутюнова упоминает, что «во внутреннем мире человека оценка отвечает мнениям и ощущениям, желаниям и потребностям, долгу и целенаправленной воле». Это делает оценку конфликтной, ведь «оценка, порожденная желанием, отлична и от оценки, вытекающей из долга, и от оценки, вызванной нуждой» [Арутюнова, 1988: 6].

Общепринят тот факт, что у человека существует реальная способность оценивать, то есть, осознавать присущие предмету или явлению признаки. Он также может оценивать их с определенных сторон, с точки зрения потребностей и целей, выделять достоинства и недостатки [Дормидонтова, 2009].

Что касается особенностей оценки, Е.М. Вольф выделила одну из главных. На ее взгляд, в ней всегда присутствует субъективный фактор, который взаимодействует с объективным. Оценочное высказывание, даже если в нем прямо не выражен субъект оценки, подразумевает ценностное отношение между субъектом и объектом. Всякое оценочное суждение предполагает субъект суждения, т. е. лицо (индивидуум или социум), от которого исходит оценка, и его объект, т. е. предметы или явления, которые оцениваются. Так называемые оценочные определения всегда предполагают



свойства или конкретный признаки объекта, например, «*этот фильм хороший*», «*эта дорога плохая*» и так далее [Вольф, 2002].

Оценка рассматривается в соотношении с такими категориями, как эмоциональность, оценочность, образность и экспрессивность. Эти категории тесно взаимосвязаны, постоянно пересекаются, в связи с этим в лингвистике нет единого мнения по поводу их соотношения, однако понятия все-таки принято разграничивать. Для четкого понимания того, чем же эти термины отличаются, необходимо проанализировать каждый из них.

Если говорить об оценочности, то она подразумевает «языковую реализацию логической категории оценки» [Яхина, 2017]. Оценочность лексической единицы обусловлена тем, что в ее значении заложен оценочный компонент. Лексическое значение слова представляет собой структуру, которая состоит из сигнификативно-денотативного компонента (предметно-логической информации об объекте) и коннотативного компонента (передает дополнительные оттенки значения) [Комиссарова, Якупова, 2018]. Е.А. Чернявская в своем исследовании определяет оценочность как «компонент в семантической структуре языковой единицы, оценку, выраженную средствами языка, или заложенную в семантике единицы информация о положительной или отрицательной характеристике объекта, об одобрительном/неодобрительном отношении к объекту» [Чернявская, 2001: 14].

Е.М. Вольф, приводя похожее определение оценочности, добавляет, что этот компонент можно еще называть «эмотивностью». «Эмотивный» (собственно оценочный) компонент характеризует прежде всего глаголы, такие как *нравиться/не нравится, ценить/не ценить* и т.д. [Вольф, 2002]. Важно отметить, что подобного рода глаголы указывают лишь на отношение субъекта к объекту, но не обозначают свойств последнего. Например: «*Мне нравятся бананы, а моей сестре — апельсины*». В данном примере не указываются свойства объекта («*Мне нравятся бананы, потому что они сладкие и вкусные*»). Здесь обозначается лишь отношение субъекта к

оцениваемому объекту («Мне нравятся бананы»). Эмотивность выступает на первый план в оценочных выражениях типа «Какая прелесть!» в высказываниях, включающих аффективные слова вроде *прекрасный, отличный, скверный, дрянной*. Большинство слов оскорблений также включает прежде всего эмотивный компонент оценки: *Так, болван!* — в первую очередь говорит об отношении говорящего к объекту оценки, а не о свойствах последнего [Там же].

Стоит отметить, что оценочность шире таких понятий, как эмоциональность и экспрессивность, и значительное количество оценочно маркированных единиц лишены эмотивно-экспрессивной окрашенности [Смирнова, 2013].

Смежным понятием является экспрессивность. Лингвистический энциклопедический словарь дает следующее определение данной категории: «Экспрессивность (от лат. *expressio* – выражение) – совокупность семантико-стилистических признаков единицы языка, которые обеспечивают ее способность выступать в коммуникативном акте как средство субъективного выражения отношения говорящего к содержанию или адресату речи» [Лингвистический энциклопедический словарь]. Иногда к номинативному значению слова добавляется элемент экспрессии: вместо слова *хороший*, приходя в восторг от чего-либо, мы говорим *прекрасный, замечательный, восхитительный, чудесный* [Телицына, 2016]. В.Н. Телия, изучая эту тему, рассматривает экспрессивность «не как свойство отдельных единиц, а высказывания в целом; экспрессивность выражается интонационной структурой и, соответственно, восклицательной формой предложения» [Телия, 1986: 42]. Экспрессивность тесно связана с категорией эмоциональной оценки и в целом с выражением эмоций у человека. Она обязательно выражается интонационной структурой и восклицательной формой предложения. В пример можно привести такие выражения, как «Какой у нее умный ребенок!», «Это потрясающе!», «Что за безобразие!». Экспрессивность возникает в тех случаях, когда оценка играет роль

определенной реакции на событие. Чаще всего в речи экспрессивность оценочных выражений усиливает эмоциональное воздействие на собеседника. Поэтому экспрессивность составляет характерный признак речевых актов, где оценка выступает как основная иллокутивная сила [Вольф, 2002]. По мнению Н.В. Аванесовой экспрессивность является одной из важнейших движущих сил в развитии языка, так как она способствует созданию новых средств, которые в свою очередь служат для наиболее емкой передачи мыслей и чувств говорящего (пишущего). Так же она полагает, что в сравнении с другими категориями, экспрессивность отличается тем, что «служит не только для эффективной реализации намерений говорящего (пишущего), но и воплощением в речи самой его личности» [Аванесова, 2010: 5].

В дополнение к выше сказанному, Е.Ю. Щербатых рассматривает экспрессивность как стилистическую категорию, в то время как оценочность и эмоциональность относятся больше к лексико-грамматическим [Щербатых, 2016]. Н.В. Аванесова спорит с этим фактом, относя понятие экспрессивности не только к стилистической, но и к лексикологической категории [Аванесова, 2010].

Эмоциональность воспринимается в большей степени как психологический феномен, нежели языковой. Г.Н. Ленко в своем исследовании сделала вывод о том, что языковое описание эмоций трансформирует эмоциональность (психологический феномен) в эмотивность (языковой феномен), которая отражает систему эмоциональных характеристик языковой личности [Ленко, 2015]. Одни исследователи рассматривают эмоциональность и экспрессивность как синонимы, другие – разграничивают, но воспринимают как две важнейшие составные части категории выразительности. Во избежание смешения данных понятий необходимо четко уяснить их различие. Эмоциональность – это явление, при котором говорящий передает в своей речи чувства и настроения по отношению к действительности или предмету. Эмоциональность передается,

как правило, следующими языковыми средствами: междометиями, словами, называющими эмоции и ассоциирующимися с ними, интонацией и особыми синтаксическими структурами (повтор, эллипсис, инверсия и т. д.) [Аванесова, 2010]. Не стоит отделять категорию эмоциональности от категории оценки. п считают, что данные явления тесно связаны друг с другом, ведь именно эмоциональная (а не «рациональная и интеллектуально-логическая») оценка встречается намного чаще и средства её выражения намного разнообразнее [Погорелова, Яковлева, 2013: 87].

Категория экспрессивности включает в себя такие понятия, как эмоциональность, оценка, и интенсивность. Что касается соотношения понятий экспрессивности и эмоциональности, то необходимо признать, что эмоциональность является частью экспрессивности, то есть она всегда экспрессивна, в то время как экспрессивность не обязательно эмоциональна, то есть экспрессивность всегда выражает чувства говорящего по отношению к субъекту или явлению действительности [Аванесова, 2010]. Е.Л. Телицына считает, что разграничивать эмоциональную и экспрессивную окраску также не представляется возможным, ведь имеет место быть эмоционально-экспрессивная лексика [Телицына, 2016].

Если рассматривать понятие образности, то его в лингвистике связывают с двумя науками: лингвостилистикой и лексикологией. Лингвостилистика рассматривает образность в функциональном аспекте, её объектом являются языковые единицы индивида, такие, как авторские употребления. Лексикология изучает семантическую природу образных слов, являющихся элементами языковой системы. В данной области наиболее полно исследован такой аспект образности, как метафорическая образность [Ленько, 2015]. В своей работе Е.А. Шенделева придерживается мнения о том, что образность является неотъемлемым свойством языковой метафоры [Шенделева, 2000]. Она считает, что «образность является лексико-семантической категорией, обобщающей свойство слова, характеризующегося семантической двуплановостью и ассоциативно-

метафорическим характером внутренней формы слова» [Там же: 75]. Образное слово со стилистической точки зрения обладает тремя отличительными чертами: 1) конкретно по своей семантике; 2) содержит, кроме общепринятого значения, добавочный смысл, который выявляется в контексте произведения; 3) вызывает у читателя конкретно-чувственное представление на основе воспроизводства ощущений, оказывает эмоциональное воздействие [Шенделева, 2000: 74].

Итак, в нашей работе под эмоциональностью мы будем понимать явление, при котором человек, используя различные языковые средства, междометия и интонации, передает определенные настроения по отношению к предмету/действительности [Аванесова, 2010]. Это более психологическое понятие, нежели языковое. И все же, категория эмоциональности и категория оценки тесно взаимосвязаны и отделять одно от другого не стоит [Погорелова, Яковлева, 2013]. Образность – неотъемлемое свойство языковой метафоры [Шенделева, 2000]. Она является стилевой чертой художественной речи. Термин «экспрессивность» трактуется как «выразительность» [Коваленко, 2016: 11]. Особенность экспрессивности в том, что в ней «лежит семантическая контрастность, яркость, необычность лексического значения слова» [Погорелова, Яковлева, 2013: 7]. Оценка – это «умственный акт, в результате которого устанавливается отношение субъекта к оцениваемому объекту с целью определения его значения для жизни и деятельности субъекта» [Арутюнова, 1988: 6]. Оценочность же в свою очередь «подразумевает языковую реализацию логической категории оценки» [Яхина, 2017].

Оценочные единицы можно классифицировать по-разному: существует эксплицитная и имплицитная оценка, положительная и отрицательная. Существуют определенные уровни, на которых возможно выразить оценку. Подробному рассмотрению уровней выражения оценки посвящен следующий параграф.

### 1.1.2. Принципы классификации оценочных единиц

Оценка может быть отрицательной и положительной, то есть ее характер обозначает позитивное или негативное отношение субъекта к оцениваемому объекту [Головня, 2010]. Отрицательная оценка подразумевает отступление от нормы, положительная оценка может возникнуть в случае совпадения с нормой. Например, для выражения отрицательных эмоций (недовольства, злости и др.) используются такие слова, как *плохо, ужасно, междометия Фу! Тьфу!* Для выражения положительной реакции – слова *хорошо, прекрасно, междометия Ура! Вау!* и др. Некоторые ученые рассматривают понятие нейтральной оценки, однако она редко используется в языке. Исследователи до сих пор ведут спор о том, нужно ли выделять нейтральную оценку наряду с положительной и отрицательной. Е.М. Вольф в своей работе «Функциональная семантика оценки» упоминает о нейтральной зоне оценочной шкалы. Однако следует различать объекты, безразличные для оценки, т.е. не находящиеся в сфере оценочной деятельности субъекта, и нейтральную позицию на шкале оценок. Нейтральная позиция в языке обозначается значительно реже, чем позиция «хорошо/плохо». Слова такого рода, как *безразличный, средний* и т.п. употребляются в узком значении и не указывают на среднюю точку шкалы [Вольф, 2002]. Истинную зону нейтрального занимают слова, относящиеся к сфере классификации и указывающие на принадлежность объекта к классу, элементы которого по качеству не различаются между собой, или же на соответствие норме: *нормальный, обыкновенный, обычный* [Вольф, 2002].

Н.Д. Арутюнова делит оценки на сенсорные, сублимированные и рационалистические.

Сенсорные оценки связаны с ощущениями и чувственным опытом, причем как физическим, так и психическим, иными словами «оценка прямо проистекает из того ощущения, которое, независимо от воли и самоконтроля,

испытывает человек». Сенсорные оценки служат для человека ориентиром в природной и социальной среде [Арутюнова, 1988: 76].

К сублимированным оценкам относятся эстетические и этические оценки. Первые связаны с удовлетворением чувства прекрасного, вторые с удовлетворением нравственного чувства. Нельзя сказать, что положительная эстетическая оценка строго нормативна, так как «эстетическое чувство не может быть удовлетворено стандартом». Положительная же этическая оценка ориентируется на этическую норму, следование нравственным законам и правилам [Там же, 1988: 76].

Последнюю группу составляют рационалистические оценки, которые связаны с практической деятельностью и повседневным опытом человека. Их основные критерии: физическая или психическая польза, направленность на достижение определенной цели, соответствие установленному стандарту. В ходе этой практической деятельности у человека формируются представления об относительных ценностях, которые нужны для того, чтобы как раз-таки регулировать и облегчать эту деятельность [Там же, 1988].

Оценочное значение можно классифицировать по способу его выражения. Выделяются следующие уровни: фонетический (И.И. Низамбиева), словообразовательный (Р.Р. Данилова, С.Г. Шейдаева), лексический (В.В. Виноградов), синтаксический (С.Д. Погорелова, А.С. Яковлева), графический (А.Н. Баранов, П.Б. Паршин), стилистический (А.Г. Мельник, А.Н. Вестфальская).

На фонетическом уровне оценка может оформляться звукоподражаниями, фонетическими и семантико-фонетическими каламбурами, а также аллитерацией и/или ассонансом, которые создают нужный психоэмоциональный фон высказывания. Однако есть и другая точка зрения: фонетические единицы языка не содержат оценки вовсе. Они, как и синтаксические конструкции, могут только усиливать положительное или отрицательное восприятие адресатом отношения субъекта речи к ее предмету [Низамбиева, 2017].

Вслед за фонетическим, учеными выделяется словообразовательный уровень выражения оценки [Данилова, 2011]. Основными словообразовательными средствами для выражения оценочных значений, если говорить о русском языке, являются морфемы. Чаще всего это суффиксы, например, *дом – домик, белый – беленький*. Таковыми средствами являются и приставки: *длинный – предлинный*. При их помощи выражается отношение говорящего к тому, что названо производящей основой [Шейдаева, 1998]. Суффиксы входят в словообразовательную семантику именования, усиливая общее оценочное значение. Эмоциональная оценочность, создаваемая с помощью словообразования, дает возможность «уйти от нейтрального, обыденного обозначения реалий» [Колясева, 2008: 12].

На лексическом уровне оценка выражается при помощи оценочных имен прилагательных, имен существительных, глагольных форм и наречий. В.В. Виноградов отмечает, что «слово не только обладает грамматическими и лексическими, предметными значениями, но и в то же время выражает оценку» [Виноградов, 1986: 21].

Особенно ярко оценочное значение выражено именем прилагательным. Оно присуще прилагательному как части речи, обозначающей признак, свойство, качество предмета, поэтому оно присутствует в большинстве оценочных высказываний [Погорелова, Яковлева, 2012]. В сфере имен прилагательных семантические производные с субъективно-оценочным словообразовательным значением всегда представляют собой метафорический, перенос «признак – признак». Это могут быть прилагательные со значением признака человека (положительного или отрицательного), а также прилагательные, обозначающие цвет, форму, качество предмета, например, «*вкусный торт*», «*умный ребенок*». Подобного рода образования присутствуют и среди наречий [Шейдаева, 1998]. Разновидностями субъективно-оценочного значения у имен прилагательных и наречий уменьшительному и уменьшительно-ласкательному значениям



соответствуют значения ослабленной степени проявления признака и смягчительное, а увеличительному значению - усилительное, усилительно-ласкательное, усилительное с негативными оттенками [Там же].

Когда предмет называется при помощи определенного оценочного слова, мы имеем дело с оценочным существительным. С помощью оценочных существительных авторами передаётся богатая гамма эмоций: ласка, волнение, издёвка. «Существительное предметно и поэтому конкретнее, индивидуальнее, живее, чем прилагательное, силач кажется как будто сильнее, толстяк - толще, богач - богаче, крикун - крикливее, чем сильный, толстый, богатый, крикливый» [Пешковский 1930: 157]. Разновидностями субъективно-оценочного значения у имен существительных являются уменьшительное, уменьшительно-ласкательное, ласкательное, пренебрежительное, уничижительное, увеличительное [Шейдаева, 1998].

Оценочные формы глаголов представляют собой глаголы со значением выражения эмоций: «*мне нравится*», «*я ненавижу*» и т.д. Разновидностями субъективно-оценочного значения у глаголов уменьшительному значению соответствуют значения ослабленности и непродолжительности действия, смягчительное значение, а увеличительному – значения повышенной интенсивности и чрезмерной длительности действия в сопровождении различных оттенков, чаще негативного характера [Там же]. В языке оценочные слова, употребляемые при глаголах, модифицируют действие или состояние, а не актантную структуру в целом. Действие может также быть представлено как объект: *читать полезно, много спать – это плохо* и т.п. Очевидно, что оценочные слова, в первую очередь, наречия, сочетаются с глаголами и в тех случаях, когда глаголы выступают как собственно предикаты, признаковые слова при предметных и событийных обозначениях: *Он хорошо работает* [Вольф, 2002].

Наречия, поясняющие в предложении глагол, выступают в субъективно-оценочных формах. Наречия меры и степени (*очень, весьма* и

т.п.) не нуждаются в субъективно-оценочных аффиксах по той причине, что оценочны уже по своему лексическому значению [Шейдаева, 1998]. Наречия образа действия добавляют свои семантические признаки к семантике глагола, специфицируя его и не меняя его функциональной структуры. Существует и другое мнение, согласно которому глагол и наречие следует рассматривать как семантическое единство, состоящее из двух элементов [Вольф, 2002]. Например, свободные сочетания типа хорошо спать следует скорее рассматривать как состоящее из двух компонентов, где наречие специфицирует глагол. Наречия и наречные выражения очень разнообразны по семантике и столь же разнообразны связи наречий с глаголами. Они, как и все другие элементы семантических зон, в которых действует оценка, расположены по шкале убывающего или нарастающего признака, который в данном случае представляет степень связи глагола с наречием и необходимости наречия в глагольной группе [Там же].

На синтаксическом уровне языка целесообразно выделить экспрессивно-синтаксические фигуры, которые наряду с выражением оценочного значения придают высказыванию эмоциональную окрашенность [Погорелова, Яковлева, 2012]. К синтаксическим средствам, выражающим оценку, можно отнести именные предикаты, а также риторические вопросы (например, *«Как можно не любить это место?»*) [Низамбиева, 2017]. Очень часто используются сравнительные обороты для выражения эмоциональной оценки, к примеру, *«сопит, как паровоз»*, *«топорщился, точно индейский петух»* [Колясева, 2008].

Графические средства в основном способствуют усилению оценочности высказывания. С.Д. Погорелова и А.С. Яковлева к таким средствам выражения оценочного значения относят использование кавычек, тире, многоточие, восклицательного знака, отражающих эмоциональное состояние субъекта речи, удвоение (утроение) отдельных графем, а также начертание курсивом [Погорелова, Яковлева, 2012]. Восклицательные конструкции используются для придания высказыванию эмоциональности.

Многоточие указывает прежде всего на прерывистость речи и эмоциональное возбуждение или волнение говорящего. Таким образом, «повтор многоточия указывает на усиление значения» [Ульянова, 2016: 199]. Функция использования графических средств заключается именно в передаче эмотивности высказывания и эмоционального состояния автора высказывания, в усилении текста и привлечении внимания читателя к тексту [Там же].

Согласно классификации А.Н. Баранова и П.Б. Паршина, графические средства разделяются на супраграфемные, синграфемные и топографемные. К супраграфемным относятся: шрифтовое варьирование, совмещение кириллического и латинского шрифтов, нижнее подчеркивание, сокращение слов, повторение букв, эмотикон. К синграфемным средствам относятся: варьирование знаков пунктуации, к топографемным: плоскостное варьирование текста [Баранов, Паршин, 1989].

Для стилистического уровня характерно использование таких приемов, как метафора, сравнение, эпитеты и др. Использование стилистических средств, в которых выражается оценка, позволяет передать ее в сжатой, впечатляющей форме. Содержащаяся в стилистических приемах оценка может передаваться различными способами, в первую очередь эксплицитно, с помощью мелиоративов (лексических единиц, передающих положительную оценку, например, «молодец») и пейоративов (единиц с отрицательным оценочным значением, например, «негодяй»), которые входят в состав стилистических приемов [Мельник, 2008]. На стилистическом уровне оценка часто выражается лексическими повторами («*Это просто ужасно, просто ужасно...*»). Данный прием служит средством усиления эмоциональности [Водясова, Жиндеева, 2012]. К стилистическим средствам имплицитного выражения оценки относят идиомы. А.Н. Вестфальская в своей работе упоминает об этом, а также подчеркивает, что «идиомам свойственна метафоричность, за счет чего они выделяются на общем фоне повествования,

заставляя остановиться и задуматься или лучше запомнить мнения и оценки, выраженные с их помощью» [Вестфальская, 2016: 16].

Оценка может выражаться вербально (словесно) и невербально. К числу вербальных средств относится как устная, так и письменная разновидности языка.

В качестве самого распространенного невербального способа воздействия коммуниканты используют так называемые «смайлики» (что в первую очередь характерно для интернет-пространства). «Смайлики» (от англ. smile – улыбка) – это значки, составленные из знаков препинания, букв и цифр, обозначающие какие-либо эмоции. Иногда это стилизованное графическое изображение человеческого лица. «Смайлики» способны вызвать у собеседника как положительные, так и отрицательные эмоции, произвести хорошее или плохое впечатление. «Смайлики» уже настолько прочно вошли в нашу коммуникацию, что их использование или, наоборот, отсутствие, может привести к недопониманию между собеседниками. Они выполняют функцию некоего сигнала, который способствует формированию положительного отношения адресата к адресанту [Смагина, 2017]. Смайлики используются пользователями Интернета для того, чтобы увеличить смысл сообщений и выразить определенные эмоции с помощью символов без необходимости описывать их [Giuntini et al., 2019].

Выразить оценку невербально можно и с помощью других встроенных функций социальной сети. Например, Facebook создал набор смайликов, называемых реакциями, чтобы позволить своим пользователям реагировать на посты и комментарии в Интернете. Эти реакции включают в себя различные виды эмоций: грусть, смех, «мне нравится» и др. [Там же].

Помимо выше перечисленного, оценка может быть выражена эксплицитно и имплицитно, прямо и косвенно. Основные положения относительно этой темы описаны в следующем параграфе.

### 1.1.3. Понятия эксплицитно и имплицитно выраженной, косвенной и прямой оценки

По своему выражению оценка может быть имплицитной и эксплицитной. Имплицитная оценка заложена в значении слова, а эксплицитная оценка присуща не конкретному слову, а его употреблению [Пантелеев, Никитенко, 2012]. Импликация и экспликация оценки в социальных сетях достигается путем использования различных стилистических и синтаксических приемов, например, метафоры, иронии, сравнения, эпитета, риторического вопроса и т.д. [Габриелова, 2018].

Имплицитно выраженная оценка закладывается таким образом, что её присутствие в тексте незаметно. Адресат вслед за автором воспринимает заданную оценку на эмоциональном уровне. Как результат, читателю кажется, что он самостоятельно пришел к данному оценочному выводу [Пантелеев, Никитенко, 2012]. На возникновение имплицитности в тексте оказывают влияние и замысел автора, и интерпретативные возможности читателя, и языковые средства создания текста [Барышева, 2015]. К имплицитным оценкам относятся преимущественно эвфемистические замены и метафорические переносы [Гейко, Сирипля, 2016]. Эвфемизм – «эмоционально нейтральные слова или выражения, употребляемые вместо синонимичных им слов или выражений, представляющихся говорящему неприличными, грубыми или нетактичными» [Лингвистический энциклопедический словарь]. К имплицитным оценкам относят и идиомы. Имплицитное выражение оценки необходимо для поддержания атмосферы спокойствия, а также стремлением выразить негативное мнение, не нарушая законов дипломатической коммуникации [Гейко, Сирипля, 2016]. Поскольку, как уже говорилось ранее, имплицитная оценка характеризуется наличием скрытых смыслов, ее не так легко найти и интерпретировать. Несмотря на это, именно категория имплицитности в научной литературе получила более широкое освещение. Одной из причин подобного интереса является тот факт,

что скрытое, как правило, интереснее, чем явное [Пантеева, 2020]. При рассмотрении имплицитной оценки необходимо ответить на вопросы: 1) какую оценку хотел передать автор (положительную или отрицательную); 2) какие компоненты текста несут имплицитную информацию; 3) как эти скрытые смыслы могут быть интерпретированы реципиентом текста [Там же: 128]. Имплицитные оценочные смыслы не могут быть выражены словами, составляющими само высказывание: они могут формироваться с помощью фоновых знаний реципиента, контекста, метафор, определенного использования грамматических категорий [Там же: 129].

Категории эксплицитности посвящено не так много исследований, как категории имплицитности, поэтому чаще всего его определение выводят посредством противопоставления с имплицитностью. Эксплицитный (франц. *explicite* – явный, определенно выраженный, от лат. *explicitum*) означает явно выраженный, развернутый [Словарь лингвистических терминов]. Термин «эксплицитность» характеризуется «четко обозначенным содержанием и высокой степенью конкретности смыслов высказывания, выраженных непосредственно теми языковыми средствами, которые формируют данное высказывание» [Пантеева, 2020: 125]. Иными словами, эксплицитное содержание – это то, что сказано прямым, открытым текстом. Эксплицитная оценка обычно проста по форме и воспринимается адресатом без трудностей, в то время как для понимания имплицитной оценки иногда требуется расшифровка или разъяснение. Оценку можно считать эксплицитной, если оценочные смыслы выводятся непосредственно из языковых единиц текста [Там же: 127].

Помимо эксплицитной и имплицитной, ученые лингвисты выделяют прямую и косвенную оценку.

Косвенная оценка является итогом оценочной деятельности, но точкой отсчета для нее может служить либо язык, либо сам представитель того или иного лингвокультурного сообщества, при этом оценка неизменно опосредуется сложившимися стереотипами восприятия фактов из мира

«Материальное» и «Идеальное». Косвенные оценочные проявления неоднородны в силу того, что основания для их формирования характеризуются онтологической разноплановостью [Самигуллина, Федрова, 2004: 5]. Несмотря на структурированность высказываний с косвенно оценочным наполнением, их расшифровка не имеет прескриптивной направленности из-за превалирования прагматики сообщения и зависит от личностного восприятия его адресатом. Если рассматривать эмоциональность как индикатор косвенной (а также прямой) оценочности, то можно полагать, что косвенность неизменно предполагает скрытую эмоциональность и эмоциогенность, которые служат возникновению косвенной референции [Там же]. Реализация не прямой оценки осуществляется следующими способами:

- 1) с помощью косвенных оценочных высказываний;
- 2) с помощью грамматических средств;
- 3) через стилистические средства;
- 4) на уровне отбора фактов;
- 5) с помощью контекста [Викторова, Пантеева, 2019: 120].

Прямая оценка это прежде всего продукт аксиологической деятельности, идущей от действительности к языку. Она эмпирически обоснована и валидна, но, несмотря на это, в ней три пространства «действительность – объективное – субъективно» фиксированы [Самигуллина, Федрова, 2004: 5].

В научной литературе встречается как отождествление, так и разграничение понятий эксплицитной и прямой оценки, имплицитной и косвенной оценки. К.В. Пантеева в своем исследовании аргументирует это размытостью определения базовых категорий, а именно категории эксплицитности/имплицитности и категории косвенности [Пантеева, 2020]. Так, по мнению В.А. Марьянчик, понятия «имплицитная» и «косвенная» оценка очень схожи по своему содержанию, так как не имеют прямых вербальных маркеров и «интерпретируется на основании аксиологической

картины мира адресанта/адресата». Она также добавляет, что «косвенная оценка является частью имплицитной» [Марьянчик, 2011: 102]. Ю.И. Кошман определяет косвенную оценку как «высказывание, в котором отсутствует оценочный предикат, но при этом высказывание выполняет коммуникативное намерение дать оценку, т. е. иллокутивная цель присутствует имплицитно и выводится адресатом благодаря его коммуникативной компетенции». Таким образом, она подчеркивает роль косвенных оценочных высказываний при передаче имплицитной оценки [Кошман, 2015: 111].

К.В. Пантеева предприняла попытку разграничить вышеупомянутые понятия, руководствуясь тем, что имплицитность и эксплицитность являются свойствами языка, а понятия «прямой» и «косвенный» используются в качестве характеристики способа передачи содержания оценочного высказывания. Понятие «эксплицитная оценка» неравнозначно понятию «прямая оценка», в то время как имплицитная оценка всегда косвенна, но косвенная оценка – не всегда имплицитна. К.В. Пантеева разделяет оценки на эксплицитные прямые, эксплицитные косвенные и имплицитные (которые всегда выражены косвенным способом) [Пантеева, 2020]. Свою точку зрения она подтвердила многочисленными примерами, один из которых приведен далее: «*She's quite sensational. Has she done enough to get the gold medal here? It's very possible*».

Итак, в данном высказывании комментатор на Гран-при по фигурному катанию выражает положительную оценку выполненной программы путем использования прилагательного *sensational*, риторического вопроса «*Has she done enough to get the gold medal here?*» и последующему ответу на него «*It's very possible*». В приведённом примере «положительные оценочные смыслы конкретны и легко интерпретируются», однако способ выражения отличается. В первой части высказывания эксплицитная оценка выражается прямо, так как «оценочная сема входит в денотативное значение слова *sensational*», в то



время как во второй части риторический вопрос и последующий ответ на него является косвенным способом передачи эксплицитной оценки [Там же].

Благодаря технологиям современного общества, оценку стало возможно выражать в социальных сетях. Интернет-среда во многом отличается от реального мира и имеет множество характеристик, которые будут подробно рассмотрены в следующем параграфе.

## 1.2. Основные характеристики интернет-коммуникации

За последние годы Интернет стал не только одним из популярных источников информации, но и средой общения, которая играет важную роль практически во всех сферах деятельности современного общества. О.Н Морозова отмечает, что «Интернет представляет собой уникальный социальный феномен, образующий новую познавательную систему, систему ценностно-ориентированных установок» [Морозова, 2010: 151].

Одними из основных черт новой виртуальной коммуникации являются ее глобальность и интерактивность. Интернет само по себе явление глобальное и распространяется по всему миру. Интерактивность – это наличие возможности взаимодействия человека с интернет-ресурсами.

А.В. Куликова выделяет еще одну характеристику интернет-общения: простота и легкость, в Интернете «можно общаться с людьми, недоступными в реальной жизни, причем общаться с ними, не выходя из дома» [Куликова, 2012: 22].

Вдобавок перечисленным характеристикам А.М. Лещенко упоминает виртуальность (среда, которая реально не существует), гипертекстуальность, креативность, анонимность и мозаичность. Под мозаичностью интернет-общения понимается мозаичность мнений, интересов участников беседы, отраженная в субъективно-ориентированной реальности [Лещенко, 2011]. Гипертекстуальность непосредственно связана с таким сетевым явлением, как гипертекст или гиперссылка, и характерна именно для Интернета. По

определению А.А. Базаровой, которая исследовала данную тему, гипертекст – «это связь между отдельными текстами, которая осуществляется в единой среде, что позволяет читать текст не только на одном уровне, но благодаря внутренним и внешним ссылкам просматривать его вглубь» [Базарова, 2011]. Анонимность в Интернете позволяет пользователям общаться и делиться информацией, не раскрывая своего имени. Интернет-пользователи очень часто пользуются анонимностью, чтобы выразить отрицательные эмоции – зачастую путем оскорбления других. Однако с другой стороны, анонимность – это также возможность быть откровенным и честным в отношении какой-то личной проблемы, которую ни в коем случае нельзя обсудить при личной встрече [Якоба, 2011].

Н.Г. Асмус приводит еще одну особенность интернет-общения: преимущественно статусное равноправие участников. В виртуальном мире перестают действовать любого рода условности и ограничения. Независимо от уровня образования, звания и должности виртуальные личности имеют равное право на отстаивание собственной точки зрения, выражение согласия/несогласия с собеседником или изложение альтернативного способа решения выдвинутой проблемы [Асмус, 2005].

Н.Г. Асмус упоминает о таком явлении, как «ник» или «никнейм» (от англ. nickname), что очень характерно для виртуального пространства. Для сохранения анонимности, участники общения выступают под этими вымышленными именами. «Ник» обозначает условное, добавочное имя, которое присваивает себе участник для общения с другими пользователями Интернета [Асмус, 2005].

И.А. Якоба считает, что виртуальную коммуникацию отличает прежде всего разнообразие способов и форм взаимодействия, и все это благодаря присущему Интернету многообразию функциональных возможностей [Якоба, 2012]. Среди множества особенностей интернет-коммуникации она упоминает «ощущение большей безопасности и более свободное и раскованное поведение, которые позволяют пользователю чувствовать

меньше ответственности перед партнёрами по виртуальному общению, чем в реальности» [Там же: 368]. Также И.А. Якоба выделяет лингвистические особенности интернет-общения, к примеру:

- 1) спецификация жанров (чаты, веб-форумы, блоги т.д.);
- 2) изменение правил орфографии, синтаксиса, пунктуации (последняя приобретает семантический характер, используется для передачи интонации);
- 3) предпочтительность употребления вводных, неполных, параллельных и эллиптических конструкций;
- 4) изобилие повторов, использование приемов обратного цитирования;
- 5) интенсивное использование паралингвистических средств для выражения и описания эмоциональной стороны речи;
- 6) перестановка частей высказывания;
- 7) объединения различных графических систем (например, латиницы и кириллицы);
- 8) выделение интернет-символов, так называемых невербальных ключей электронного письма. Это специальные значки для обозначения эмоций или в описании эмоций словами;
- 9) гиперссылки (перенос невербальных компонент в сам текст за счет средств литературной образности – аллегорий, цитат, метафор, ссылок и т.п.);
- 10) лексические и графические аббревиации [Там же: 368].

Люди часто выбирают такие популярные социальные сети, такие как Facebook, TikTok, Instagram, Twitter и другие. Facebook или Twitter в настоящее время являются наиболее широко используемыми средствами массовой информации, в последние время набирает популярность китайская платформа TikTok. Большое количество активных пользователей Facebook проводят большую часть дня в Интернете, делая виртуальную среду богатым

источником данных о том, что пользователи думают и чувствуют [Giuntini et al., 2019].

Для дальнейшего практического исследования, в рамках интернет-коммуникации необходимо рассмотреть один из его распространенных жанров – жанр комментариев. Ведь в современной интернет-среде у пользователей появилась возможность свободно выражать свое мнение в режиме реального времени.

### 1.2.1. Жанр комментариев в интернет-коммуникации

Сетевой или интернет-комментарий – это короткое сообщение, которое выражает точку зрения или мнение читателя о различном исходном сетевом материале. Форма для сетевого комментария предусмотрена в интерфейсе многих жанров интернет-коммуникации [Щипицина, 2015]. Многие ученые рассматривают комментарий не как самостоятельную единицу, а как свойство жанрового признака интернет-коммуникации, без учета связи интернет-комментария с объяснительным комментарием к тексту и публицистическим комментарием [Мельник, 2014].

Основная цель интернет-комментария – направлять внимание адресатов на новые актуальные факты, выходящие на первый план общественной жизни и, что не менее важно, оценивать их. Содержанием комментария может быть любое актуальное событие в любой сфере [Там же].

В рамках интернет-коммуникации жанр комментария наделен многими особенностями.

Во-первых, интернет-комментарий отличается определенной степенью гипертекстуальности, поскольку он изначально сопровождается гиперссылками (они могут интегрироваться автором и в основной текст комментария) [Щипицина, 2015]. Современные интернет-технологии позволяют даже включать в текст видео, анимации, эмодзи и т.д. [Мельник, 2014]. Во-вторых, комментарий совмещает в себе оперативность,

информативность, лаконичность, аналитичность и экспрессивность. Другими словами, комментарий предполагает реализацию основных функций публицистического дискурса – информирования, воздействия и убеждения. Более того, он сочетает в себе стандартизированные правила подачи информации и создание индивидуально-личностного компонента смысла, что в совокупности является отличительными свойствами жанра [Там же].

Далее, интернет-комментарий способствует, как ни странно, непрерывности и интерактивности интернет-общения. Они позволяют пользователю проявить свое мнение в ответ на любой заданный стимул в интернет-пространстве [Дахалаева, 2014]. Интерактивность, т.е. участие в общении разных пользователей, для отдельного комментария является неотъемлемым свойством совокупности комментариев, который образует «своего рода полилог об исходном сообщении» [Щипицина, 2015: 530].

Из лингвостилистических свойств интернет-комментариев можно выделить повышенную эмоциональность и оценочность. При этом оценочные номинации чаще всего являются отрицательными, даже резко негативными. Это неудивительно, ведь в условиях анонимности и свободы общения пользователи могут надевать маски и активно демонстрировать свои политические взгляды, симпатии и антипатии [Там же].

Структура комментария включает в себя имя пользователя (или «ник», «никнейм»), его изображение («аватар»), краткое представление пользователя, созданное им самим, время отправки комментария и непосредственно само содержание комментария [Мельник, 2014]. Однако мультимедийность (использование «аватара») с точки зрения основной цели сетевого комментирования выполняет лишь второстепенную роль [Щипицина, 2015].

Рассматривая прагматические свойства жанра интернет-комментария, следует обратить особое внимание на «никнейм» или сетевое имя пользователя. «Никнейм» помогает составить какое-либо представление о виртуальной языковой и коммуникативной личности. Сетевые имена в

интернет-пространстве отличаются разнообразностью [Шхумишхова, Калашаова, 2018].

Особая ценность комментария в том, что он предоставляет пользователю возможность для развёрнутого либо лаконичного оценивания поста, уточнения нераскрытых моментов или выражения мнения по отношению к какому-либо материалу [Дахалаева, 2014].

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Многие ученые обращались к изучению категории оценки. Оценка – это прежде всего умственный акт, в процессе которого устанавливается отношение субъекта к оцениваемому объекту. Она «отвечает природе человека», ведь человек имеет реальную способность оценивать окружающий мир, выражать субъективное отношение к действительности. Оценочное суждение всегда подразумевает ценностное отношение между субъектом и объектом, которое может быть выражено имплицитно или эксплицитно. Исследователи выделяют положительную и отрицательную оценку (положительное или отрицательное отношение субъекта к объекту). Некоторые из них выделяют понятие нейтральной оценки, однако ей уделяется меньше внимания.

Эксплицитная/имплицитная, прямая/косвенная оценки рассматриваются исследователями по-разному. Было важно рассмотреть различные точки зрения об отождествлении или разделении данных понятий. Так, например, К.В. Пантеева разделила оценки на эксплицитные прямые, эксплицитные косвенные и имплицитные (которые всегда выражены косвенным способом), продемонстрировав это на примерах.

Из способов выражения оценки можно выделить фонетический, словообразовательный, лексический, синтаксический, графический, стилистический уровни. Оценка может также быть выражена вербально и невербально. Наиболее популярными невербальными средствами являются «смайлики», что характерно в первую очередь для интернет-коммуникации.

Понятия экспрессивности, эмоциональности, оценки, оценочности и образности принято разграничивать, однако не исключено, что одно понятие может быть частью другого (например, эмоциональность и экспрессивность составляют так называемую эмоционально-экспрессивную лексику) или они могут быть тесно взаимосвязаны (как, например, категория эмоциональности и категория оценки).

Основными характеристиками интернет-среды являются анонимность, гипертекстуальность, интерактивность и др. К лингвистическим особенностям виртуальной коммуникации относятся: использование художественных средств речи, различных грамматических конструкций, аббревиаций, перестановка частей высказывания, гиперссылки, выделение интернет-символов, интенсивное использование паралингвистических средств для выражения эмоциональной стороны речи, изобилие повторов, изменение правил орфографии, синтаксиса и пунктуации.

Жанр комментариев в интернет-коммуникации в настоящее время является одним из самых популярных. Он характеризуется высокой гипертекстуальностью, способствует непрерывности и интерактивности интернет-общения. Из лингвостилистических свойств интернет-комментариев исследователи выделяют повышенную эмоциональность и оценочность, при чем, ввиду условий анонимности и свободы общения, оценка в комментариях чаще всего выражается негативно.

В следующей главе будут исследованы особенности интернет-коммуникации в китайской и американской лингвокультурах, так как они имеют свою специфику, заслуживающую отдельного внимания. Для более подробного анализа и понимания будут рассмотрены особенности новой социальной сети TikTok, которая распространилась по всему миру за очень короткий период времени. Далее, в практической части работы предполагается анализ материала, а именно комментариев на китайском и английском языках в рамках данной сети.



## ГЛАВА 2. ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ОЦЕНКИ В КОММЕНТАРИЯХ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ТИКТОК (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ)

### 2.1. Отражение ключевых характеристик лингвокультур Китая и США в интернет-коммуникации

#### 2.1.1. Коммуникативные паттерны китайской лингвокультуры в интернет-пространстве

Прежде чем приступить к исследованию основных средств выражения оценки в китайском интернет-пространстве, необходимо рассмотреть и учесть особенности китайского общества, поскольку его культурные особенности, а также некоторые политические аспекты (жесткая цензура) будут явно сказываться на выборе средств китайскими пользователями.

В первую очередь, нельзя не учесть стремление «сохранить лицо», которое является одним из центральных концептов китайского политеистического менталитета. Культурно-коммуникативный вектор «лицо» и его «сохранение» представляет собой квинтэссенцию китайского дискурса, определяющей социально-нормативное поведение человека [Нагибина, 2017]. В своей работе И.Г. Нагибина выделяет модусы моделирования культурно-коммуникативного вектора «Лицо». К примеру, так называемое «оберегание лица» заключается «в осмотрительности китайцев в совершении поступков» [Там же: 108]. «Нанесение вреда лицу» проявляется в совершении действия, которое может нанести урон репутации. Данный модус чаще всего реализуется китайцами в речевом жанре критики [Там же: 109].

С понятием «лица» тесно связано представление о лояльности отдельного индивида по отношению к членам общества. На «лицо» индивида оказывает влияние соблюдение общественных норм и правил [Баженов,

2009]. Психологический комплекс потери «лица», озабоченность китайцев своим «лицом» сегодня так же сильна, как и в древности [Ракитянский, Цзыци, 2016].

В современном Китае статус человека в обществе оценивается согласно правилам культуры речи. Китайский лингвист Гу Юего в своей работе «Вежливость, прагматика и культура» выделил пять принципов культуры китайской речи, одним из которых является принцип этичности. В китайском обществе при общении крайне рекомендуется использовать только этичные слова, не допускается использование грубых, нецензурных слов [Гу Юего; цит. по: Бийгелдиева, 2016: 79].

Необходимо также рассматривать не только культурный аспект, в рамках которого выражаются мнения и сама оценка, но и социополитический. Дело в том, что с течением времени в Китае наблюдается тенденция усиления государственного контроля за коммуникацией в Интернете. В связи со стремительным ростом популярности мессенджеров и приложений (численность пользователей WeChat, например, превышает 270 млн. человек) и их укрепляющейся ролью как площадки для распространения новостей и ведения дискуссий, их деятельность также попала под бдительный контроль китайского руководства. Одна из главных целей такой политики – недопущение возникновения в китайском обществе протестных настроений посредством Интернета [Лексютина, 2015].

В КНР действует идеологическая установка высшего руководства, которая гласит: «Интернет – это орудие работы, а не средство времяпрепровождения». Иными словами, Интернет – не место для дебатов или общения, а средство получения информации, особенно той, что была бы полезной для нации [Кирюхина, 2014].

Особенности общения в интернет-пространстве КНР заключаются в ограничениях в доступе к зарубежным ресурсам политического содержания. В число таких ресурсов входит большинство западных СМИ, сайты множества американских университетов, российские социальные сети.

Нарушение правил влечет за собой серьезное наказание, т.к. правовая система Китая, регулирующая развитие Интернета, отличается особой строгостью. К примеру, провайдеры, которые не отреагировали на предупреждение должным образом, могут быть пожизненно лишены лицензии на предоставление своих услуг [Там же].

Таким образом, можно полагать, что при анализе материала в социальной сети TikTok среди китайских пользователей будет найдено минимальное количество комментариев, выражающие прямую негативную оценку по отношению к китайской власти и нации в политическом контексте. Не исключена также вероятность что подобного при анализе не будет найдено вовсе. Также, учитывая весь культурный фон и стремление «сохранить лицо», предполагается, что критика вне зависимости от контента будет выражаться не грубо и сдержанно.

#### 2.1.2. Проявление американского коммуникативного стиля в интернет-общении

Культура и общество США имеют свою специфику. Американское общество представляется наиболее открытым, и в то же время наиболее самокритичным в мире [Стернина, Стернин, 2001]. Неформальность – еще одна из особенностей данной лингвокультуры. Коммуникативный демократизм и неформальность американского общения для представителей других стран воспринимается как бесцеремонность, именно по этой причине американцы иногда кажутся развязными [Там же].

Негативные эмоции выражаются открыто и экспрессивно, чаще всего грубыми высказываниями, однако сами американцы объясняют свою эмоциональность тем, что живут в состоянии постоянного стресса. Большинство американцев нельзя назвать сдержанными и дисциплинированными людьми, напротив, они очень шумные, энергичные и эмоциональные [Там же].

Стиль американцев, проявляющийся в их самоуверенности, напористости и открытом коммуникативном поведении оставляет, как правило, негативное впечатление у иностранцев [Куликова, 2006].

Несмотря на общую открытость общения, при некоторых обстоятельствах американцы все же ведут себя сдержанно, например, если обсуждаемая тема, на их взгляд, слишком личная [Стернина, Стернин, 2001]. Личному пространству в данной культуре придается большое значение. Так, например, в США действует важное правило соблюдения невидимой границы вокруг нескольких беседующих людей. Небольшая дистанция, отделяющая их от остальных, является в некотором роде защитой их личной жизни [Куликова, 2006].

Американская культура характеризуется монохронным поведением, а именно очередностью выполнения дел, обязательностью выполнения планов, пунктуальностью и восприятием времени как материальной ценности [Там же].

Примечательно, что сфера реализации ненормативной лексики в английской лингвокультуре очень широка, что раскрывается в высокой степени толерантности к ее использованию [Пономаренко, Желтухина, 2019]. В американском обществе нецензурная лексика звучит и на телевидении, и в кино, и в выступлениях политиков, и социальных сетях [Там же]. Дело в том, что многие ругательства в английском языке утратили свою смысловую нагрузку и несут на себе функцию междометий. Более того, бранные слова настолько вошли в привычную жизнь, что перестали восприниматься как грубые и вульгарные [Козырева, 2012].

В США активно действует закон о свободе слова. В сравнении с КНР, в Америке большое внимание уделяется свободе Интернета от цензуры, которая обеспечивается семью законодательными актами федерального значения [Дёмкина, 2019]. Интернет представляет собой мир, в котором каждый и где угодно может выражать свои мнения и убеждения, какими бы они ни были, не опасаясь при этом последствий. Вследствие этого,

большинство американских пользователей Интернета пользуются свободой слова в сети, которая защищается Первой поправкой к Конституции США [Cutugno, 2000].

После событий 11 сентября 2001 года усилия правительства США по обеспечению безопасности общества потребовали от американцев принятия определенных ограничений на их свободу, а именно большего контроля за их документами и коммуникацией [Davis, Silver, 2004]. Тем не менее, не смотря на эти ограничения, а также многочисленные нарушения прав и свобод в ходе политической борьбы во время двух последних кампаний по выборам президента США, свобода слова продолжает декларироваться как важнейшая ценность американского общества.

## 2.2. Коммуникация в социальной сети TikTok

На сегодняшний день социальная сеть TikTok, которая появилась сравнительно недавно (в 2016 году), уже обогнала по популярности сеть Instagram. Создание видеороликов является основной задачей в этой сети. В основном это клипы или скетчи длительностью от 15 до 60 секунд. Эта социальная сеть – продукт китайской компании ByteDance, которая нашла свое применение по всему миру.

Существуют некоторые особенности, из-за которых TikTok быстро становится популярным. Среди них феномен клипового мышления, рост популярности видеоконтента, короткие, развлекательные ролики, которые являются привлекательными для молодых людей. Во внимание берется именно талант, а не социальный статус человека [Богомолова, 2020].

Основной, ранее не встречающееся в других социальных сетях, особенностью сети TikTok является то, что платформа сама продвигает в ленту молодых и перспективных пользователей. То есть человек с миллионами подписчиков и обычный пользователь, который только начал свою деятельность в рамках этой сети, имеют одинаковые шансы на успех. В

данном случае важную роль играет не столько пиар, количество подписчиков и популярность, сколько качество контента и отклик аудитории [Там же].

В следующем параграфе будут проанализированы комментарии в социальной сети TikTok на китайском и английском языках, составлена таблица по самым часто выбираемым средствам среди пользователей для выражения оценочного значения.

### 2.3. Выражение оценки в комментариях на английском и китайском языках в сети TikTok

#### 2.3.1. Способы выражения оценки в комментариях на китайском языке

По данным проведенного исследования, в комментариях на китайском языке в социальной сети TikTok отмечены способы выражения оценки на лексическом, синтаксическом, стилистическом и графическом уровнях. Для исследования нами были отобраны 150 публикаций из китайских аккаунтов социальной сети. Публикации были отобраны методом сплошной выборки и чаще всего не имели общей тематики. Количество комментариев под постами составляло от 20 до 548 000. Посредством анализа языковых средств в комментариях можно исследовать, какой из способов выражения оценки стоит у пользователей в приоритете и какие языковые средства они активно используют.

**На лексическом уровне** оценка китайскими пользователями в сети чаще всего выражается при помощи оценочных прилагательных, сложносоставных прилагательных и существительных. Стоит учесть, что для китайского языка характерны словообразования, состоящие из адъективного компонента (зачастую 好 «хороший») и глагольного. Например, сложносоставные прилагательные, образованные по схеме «глагол + 好»,

выражают значение приятности или лёгкости осуществления действия, обозначаемого глаголом. Так, слово 好看, что в переводе означает «красивый», состоит из адъективного компонента 好 и глагола 看 (их сочетание можно дословно перевести как «хорошо смотреть»). По такому же принципу образуются прилагательные 好听 (красивый на слух), 好吃 (вкусный) и т.д.

Далее, в китайском языке можно образовать прилагательное с негативным значением при использовании отрицания 不 («не»), например, 不好 (нехороший, плохой), 不好吃 (невкусный) и т.д. Тенденция многократного использования таких словообразований прослеживаются в комментариях в сети TikTok.

11.03.21 аккаунтом «南昌电视台» («Телеканал округа Наньчан») (<https://v.douyin.com/eRvCEmC/>) было выложено в сеть видео с ребенком, который чуть не упал с эскалатора, и охранником, который вовремя среагировал и спас его от беды. Под видео оставлено более 174 тысяч комментариев и в большинстве случаев оценка (в данной ситуации чаще всего положительная) выражалась такими оценочными прилагательными, как 好 (хороший), 棒 (классный), 美 (прекрасный), 勇敢 (храбрый). Ниже перечисленные высказывания в основном содержат оценки, которые преимущественно относятся к сублимированным (этическим), так как пользователи отмечают высоконравственное поведение и добродетельность человека, спасшего ребенка.

*Пример 1. 公司应该有奖励，鼓励一下，这种挺身而出的好员工。(В компании должны быть награды, премии для такого хорошего сотрудника, как он, который бесстрашно идет на помощь).*

*Пример 2. 小哥真棒。(Парень правда классный).*

*Пример 3. 小哥真好，太行了。(Парень хорош, прекрасно!)*

*Пример 4. 帅哥好样的，你最美。(Парень красавчик, проявил себя достойно! Ты самый прекрасный).*

*Пример 5. 这才是真正的好男人!好男儿! 必须点赞! (Это пример настоящего хорошего человека! Хороший парень! Ставлю лайк!)*

*Пример 6. 好勇敢的小哥。(Очень храбрый парень).*

Положительная оценка со стороны пользователей также выражалась оценочными существительными 帅 или 帅哥 (красавчик), 英雄 (герой), 伟大 (величие).

*Пример 7. 为这个帅哥点赞心。(Лайк этому красавчику).*

*Пример 8. 真帅。(Просто красавчик).*

*Пример 9. 真的是个英雄。(Настоящий герой).*

*Пример 10. 平凡的伟大。(Истинное величие).*

В некоторых высказываниях оценка усиливается за счет наречий 真 (действительно), 太 (весьма, очень), 最 (чрезвычайно, очень).

12.03.2021 аккаунтом «每日热搜» («Ежедневные горячие новости») (<https://v.douyin.com/eRW2s2N/>) было размещено видео о том, как в Сиане, провинции Шэньси, закрыли ворота школы, чтобы помешать школьникам заказывать еду на вынос. Близлежащие предприятия, в качестве протеста, отправили бесплатные продукты в школу и оставили их у ворот. Под публикацией можно найти следующие комментарии.

*Пример 11. 疫情防控需要，正常。(Это лишь необходимость в профилактике и контроле эпидемии. Нормальное явление).*

*Пример 12. 学校食堂饭不好吃而且还少点个外卖很正常呀。(Еда в школьной столовой невкусная, так что заказывать еду на вынос – нормальная практика).*

*Пример 13. 真的比食堂好吃便宜。(Еда и вправду вкуснее и дешевле, чем в столовой).*



В данном случае положительная оценка выражается оценочным прилагательным 正常 (нормальный), 好吃 (вкусный). Все эти высказывания – примеры комментариев с эксплицитной оценкой, так как они не требуют дополнительных усилий для декодирования.

Стоит отметить, что под постом чаще всего встречается оценка негативного характера, которая также выражается лексически, а именно оценочными прилагательными 不好 (плохой), 不好吃 (невкусный) и оценочными существительными 垃圾 (отстой, мусор), 冒失 (безумие).

*Пример 14. 学校食堂贵啊，还不好吃。(Еда в школьной столовой дорогая и невкусная).*

*Пример 15. 花了钱学校吃的还不好，我家孩子每天放学第一件事就是回家找吃的。(Только и тратишь деньги в школе на плохую еду. Первое, что делает мой ребенок, когда приходит из школы домой, - идет есть).*

*Пример 16. 这算垄断不？食堂饭又贵又难吃，打饭的手还抖。(Это что, монополия? Обед в столовой - дорогой и невкусный, до сих пор руки трясутся).*

Примечательно, что в выражении «до сих пор руки трясутся» присутствует косвенность в выражении оценки. Пользователь через данное неявное высказывание делится своим неприятным опытом из прошлого, о котором он не очень любит вспоминать.

*Пример 17. 好多外卖是真垃圾！(Еда на вынос в большинстве случаев – полнейший отстой!)*

*Пример 18. 就是冒失。(Это безумие).*

Поскольку большинство оценочных высказываний связаны именно с вкусовыми ощущениями (в данном случае едой в столовой), их можно отнести к категории сенсорных оценок.

Далее, рассмотрим публикацию от 20.02.21 аккаунта «红星新闻» (Новости «Красная звезда») (<https://v.douyin.com/eLrcr9d/>) с опубликованным

видео о том, как на дороге из-за внезапной остановки электромобиля, водитель грузовика потерял управление, вследствие чего его машина перевернулась. На данный момент публикация насчитывает 548 тыс. комментариев, ниже представлены некоторые из них:

*Пример 19. 这个骑电瓶车的太可恶了。(Водитель электрокара отвратителен).*

*Пример 20. 电车恶心但大车也没减速。(Водитель электромобиля омерзительен, но и грузовик не спешил тормозить).*

*Пример 21. 太可恶了。(Крайне ужасно).*

*Пример 22. 把那个电瓶车的人抓起来，太可恶了。(Водителя электрокара нужно арестовать, просто отвратительно).*

*Пример 23. 太吓人了，所有的人都应该遵守交通规则！（ Очень страшно, все должны соблюдать правила дорожного движения! ).*

Как видно из комментариев, большинство пользователей выражают свою негативную позицию эксплицитно при помощи прилагательного 可恶 (отвратительный, ужасный), его синонима 恶心 (омерзительный) и прилагательного 吓人 (страшный, пугающий). Некоторые оценочные прилагательные сопровождаются усилительным наречием 太 (очень, весьма).

Пользователи также выражают оценку, используя в своих высказываниях глаголы 气愤 и 讨厌 со значениями «раздражать» и «испытывать отвращение» соответственно. Большинство оценок являются рационалистическими и сублимированными, так как, во-первых, очевидна ненормативность действий водителя электрокара; во-вторых, своими действиями он вызывает эмоции негодования, злости и раздражительности.

*Пример 24. 我讨厌这个电瓶车。(Я испытываю отвращение к водителю этого электромобиля).*

*Пример 25. 这些骑电动的真的让人很气愤，好像红绿灯跟他无关。  
(Эти водители электрокаров реально раздражают, как будто светофоры не для них установлены).*

Глаголы с противоположным значением (например, 喜欢 «нравиться») также встречаются среди комментариев китайских пользователей. Возьмем в пример другое видео, выложенное 01.03.21 (<https://v.douyin.com/eLh9cTs/>) блогером по имени Чжоу Дунъя (周冬鸭), в котором он демонстрирует свои покрашенные в розовый цвет волосы. Реакция пользователей выражается как раз при помощи этого глагола с положительным значением, которое к тому же усиливается наречием 好 (очень). Все ниже перечисленные оценки от пользователей являются сублимированными (эстетическими):

*Пример 26. 好喜欢他。 (Он мне очень нравится)*

*Пример 27. 喜欢他火龙果发色挺好看。 (Мне нравится этот цвет драконьего фрукта, правда красивый).*

*Пример 28. 我喜欢。 (Мне нравится).*

*Пример 29. 好喜欢你的笑。 (Мне очень нравится твоя улыбка).*

*Пример 30. 好喜欢他的牙和笑。 (Мне очень нравится, как он улыбается).*

Помимо глагола 喜欢 «нравиться», довольно часто встречается глагол 爱 (любить, быть влюбленным):

*Пример 31. 这个头发我爱了。 (Я влюблен в эту прическу).*

*Пример 32. 爱了，真爱了。 (Очень нравится, правда очень).*

В последнем комментарии присутствует прием повтора, который придает высказыванию экспрессию.

*Пример 33. 爱了这个颜色。 (Люблю этот цвет).*

Здесь же можно отметить частое использование оценочного прилагательного 好看 (красивый), а также прилагательного 可爱 (милый):

*Пример 34. 好可爱。 (Очень милый).*

Пример 35. 太好看了。(Очень красиво).

Пример 36. 好看着发色。(Красивый цвет волос).

Пример 37. 笑起来特别好看。(Когда он улыбается, он такой красивый).

Пример 38. 好可爱喔你!(Какой же ты милый!)

По результатам исследования была составлена таблица, которая демонстрирует самые распространенные средства на лексическом уровне при выражении оценки на китайском языке, а также частотность их употребления.

Таблица 1. Основные используемые лексические средства

	Прилагательные	Существительные	Глагол	Наречия (усиливающие оценку)
Положительная оценка и количество употреблений лексем	好 (хороший - 135) 棒 (классный - 95) 好看 (красивый - 82) 可爱(милый - 70) 好吃 (вкусный - 58) 美 (прелестный - 56) 正常 (нормальный - 44) 勇敢 (храбрый - 30)	帅哥 (красавчик- 34) 帅 (красавчик - 22) 英雄 (герой - 16) 伟大 (величие - 8)	喜欢 (нравиться - 62) 爱 (любить - 50)	真 (действительно - 98) 好 (очень - 66) 太 (весьма - 56) 最 (самый - 15)
Отрицательная оценка и количество употреблений лексем	可恶 (отвратительный - 56) 恶心 (омерзительный - 49) 不好吃 (невкусный - 40) 吓人 (страшный - 14)	垃圾 (отстой - 45) 冒失 (безумие - 20)	讨厌 (испытывать отвращение - 20) 气愤 (раздражать - 11)	

**На синтаксическом уровне** оценка китайскими пользователи выражалась в основном за счет использования восклицательных конструкций. Таким образом авторы китайских комментариев эксплицитно выражают восхищение по отношению к чему-либо. Рассмотрим публикацию аккаунта «小蔡在东京» (Сяо Цай из Токио) (<https://v.douyin.com/eQMmGNY/>). Видео было выложено 9.06.21 и показывает молодого мужчину в деловом костюме, танцующего на улице. Публикация насчитывает 32 944 комментария, среди которых встречаются восклицательные предложения, выражающие положительную оценку:

*Пример 39. 火了火了!!! (Огонь!!!)*

*Пример 40. 这个真的好标准，有种广播体操领操员的感觉!!! (Действительно хороший пример того, как почувствовать себя лидером радиогимнастики!!!)*

*Пример 41. 哇没有社交恐惧症的感觉太爽了!! (Ух ты, так здорово не иметь социофобии!!)*

**На стилистическом уровне** оценка, свое отношение к событию/предмету/явлению чаще всего выражается за счёт использования китайскими пользователями фразеологизмов, иронии и аллюзий. Их использование в комментариях помогает выразить оценку имплицитно.

В китайской культуре идиомы и фразеологические выражения играют важную роль, так как они помогают живо и выразительно отобразить различные понятия реальной действительности китайского этноса [Чэнь Шуан, 2013]. В ходе анализа комментариев идиом было найдено в большом количестве вне зависимости от контента. Это означает, что пользователи активно и повсеместно используют этот прием выражения оценки.

Возьмем в пример публикацию от 01.07.2020 аккаунта «上海新闻» («Вечерние новости Шанхая») (<https://v.douyin.com/eRWsKNp/>), в котором рассказывается о будущем суде над полицейским Дерекком Шовином, который при задержании Джорджа Флойда прижал его шею коленом к

асфальту, тем самым задушив. В публикации указывается, что на заседании ожидается обвинение полицейского в убийстве третьей степени. Здесь пользователи всюду оставляют комментарии с образным значением.

*Пример 42. 以命抵命。 (Жизнь за жизнь, кровь за кровь).*

В данном примере использован китайский фразеологизм «以命抵命», который несет в себе значение «компенсировать чью-либо смерть своей смертью». Китайские словари дают фразеологизму определение «同归于尽», «найти общий конец». Поскольку автор комментария выражает свое отношение к решению суда, можно предположить, что оценка выражается положительно, т.е. содержит знаки одобрения и согласия с предлагаемым судом обвинением.

Использование идиом для имплицитных высказываний было найдено в комментариях под публикацией аккаунта 赛伯山伯 (Сайбо Шанбо) (<https://v.douyin.com/eBbjVqN/>) от 31.02.21. В данном видео два парня, одетые в черные костюмы, танцуют под музыку. В комментарии китайский пользователь, восхищаясь танцорами, использует идиому 可望而不可及, что в переводе означает «можно только мечтать; как своих ушей не видеть», то есть, «недоступный».

*Пример 43. 你们呢身材、我遥可望而不可及。 (Ваша фигура... смотрю и понимаю, что мне ее как своих ушей не видеть).*

Еще один пример, публикация аккаунта «央视新闻» («Новости Центрального телевидения Китая») от 03.07.2020 (<https://v.douyin.com/JamExJV/>) с воодушевляющей речью президента Дональда Трампа о том, что Америка всегда будет занимать первые места и побеждать, во что бы ни стало. На фоне речи в видео транслируется неутешительная американская статистика по количеству заболевших коронавирусом. Так, один из пользователей использовал поговорку для выражения негативной оценки.

*Пример 44. 中国有句俗话爬的高跌的很。 (Есть в Китае поговорка: высоко заплзешь – свысока упадешь).*

Ниже был обнаружен похожий комментарий с похожей коннотацией:

*Пример 45. 俗话说的好，站的高，摔的痛。 (Как говорится, высоко взлетишь – будет больно падать).*

Далее, на стилистическом уровне было выявлено использование приема иронии, в особенности для выражения имплицитной оценки. При ироническом словоупотреблении создателем текста осуществляется замена одного оценочного компонента в семантике слова на прямо ему противоположный. Выявлению оценочного значения чаще всего способствует контекст [Рыбальченко, 2016]. Ирония – это стилистический прием контраста, который создает эффект насмешки, порождает в оценочном высказывании скрытого смысла. Например, за счёт такого приема под одобрением и восхищением может скрываться неодобрение и презрение [Там же].

Возьмем в пример предыдущую публикацию с речью президента Дональда Трампа. Под данным постом китайским пользователем был оставлен комментарий со следующим содержанием:

*Пример 46. 我早就说过美国啥都要争第一包括疫情确诊数。 (Это то, о чем я говорил: США борются изо всех сил, чтобы занять первое место во всем, даже в статистике о заболеваемости).*

Высказывание «занять первое место» несет в себе положительную оценку, иронический эффект достигается за счет несоответствия между данным выражением и семантикой слова «заболеваемость», содержащей негативное значение. В комментарии присутствует негативная оценка, которую пользователь выразил имплицитно через иронию.

Очень часто китайские пользователи закладывают в оценку отсылку к определенному фильму, сериалу или личности. В данном случае мы имеем дело со стилистическим приемом аллюзии.

По Н.Д. Белоножке, основной особенностью аллюзии, является имплицирование в ней автором определенного смысла, разгадка которого ожидается от реципиента. Чаще всего этот смысл выражает оценочное отношение субъекта оценки к чему-либо, «предсказательный намек со стороны автора по поводу дальнейшего развития изображаемых в произведении событий» [Беложенко, 2013: 5]. Основой аллюзии является элемент косвенной отсылки, а это значит, что оценка, выраженная через аллюзию, будет носить косвенный характер, т.е. будет выражена непрямым способом.

Например, аккаунт «Ex-Robot» (<https://v.douyin.com/eBy4bAd/>) 27.04.21 выложил ролик с роботом, который шевелит руками и говорит. Под постом были найдены следующие комментарии, содержащие косвенную отсылку:

*Пример 47. 西部世界的雏形。(Это же прототип «Мира Дикого Запада»).*

*Пример 48. 感觉像西部世界。(Почувствуй себя в «Мире Дикого Запада»).*

Пользователи ссылаются на американский сериал «Мир Дикого Запада», в котором по сюжету роботы, сумевшие выйти за рамки своих возможностей, восстали против людей. Один из пользователей подчеркивает ироничность ситуации и, наряду с этим, выражает опасение перед лицом прогресса:

*Пример 49. 西部世界，指日可待。(«Мир Дикого Запада» не за горами).*

Также очень многие пользователи сравнивают лицо робота с внешностью известного китайского писателя Лу Синя (настоящее имя – Чжоу Шужэнь), что само по себе нелепо и забавно, ведь этот писатель жил несколько сотен лет назад.

*Пример 50. 周树人? Чжоу Шужэнь?*

*Пример 51. 鲁先生。Господин Лу.*

*Пример 52. 你好周铁人。Привет, железный Чжоу Жэнь.*



В последнем примере неслучайно произошла замена иероглифа в имени писателя. В его оригинальном имени присутствует иероглиф 树 (дерево), но в своем комментарии пользователь заменил его на иероглиф 铁 (железо), обосновывая это тем, что писатель словно предстал в образе железного робота.

В ходе исследования на стилистическом уровне была составлена таблица, демонстрирующая наиболее популярные стилистические приемы выражения оценки и количество употреблений в проанализированном корпусе.

Таблица 2. Основные используемые стилистические средства

Стилистический прием	Количество употреблений
Идиомы	100
Аллюзии	80
Ирония	57

**На графическом уровне** в китайских комментариях оценка выражается исключительно при помощи супраграфемного средства – эмотиконов. Из-за особенностей китайского языка, а именно его письменности (иероглифов), сложно графически выделить высказывание, например, при помощи шрифтового варьирования или набора прописными буквами. Более того, высказывание на китайском языке характеризуется цельностью, и в силу правил грамматики его сложно графически разделить. Как следствие, эмотиконов, как графического средства, было найдено в комментариях в наибольшем количестве.

Проанализируем комментарии под публикацией от 02.05.2021 (<https://v.douyin.com/eyT4fnd/>) от аккаунта 海边溜达的迈迷 (Гуляющие по побережью поклонники Майкла). В посте можно увидеть человека в образе

Майкла Джексона, который очень внешне похож на звезду. В комментариях чаще всего используются эмодзи в виде одобрительных жестов, сердец, цветов, плачущих, смеющихся лиц и т.д.

*Пример 53. 真像 🖐 🖐 (Очень похож).*

*Пример 54. 我。。。 😊 (Я...).*

*Пример 55. 当年他离开的时候，我着实惊惜难过了段时间，去影院看那部片子，天天听他的歌 😊 (Когда он ушел в том году, я был действительно удивлен и расстроен какое-то время. Я ходил в кино, чтобы посмотреть тот фильм о нем, каждый день слушал его песни).*

*Пример 56. 好像迈克尔 🙇 (Очень похоже на Майкла).*

*Пример 57. michael 是我永远的爱 ❤️ 我家里永远挂的明星只有他! (Майкл – моя любовь навеки. Он - единственная звезда в нашей семье!).*

*Пример 58. 眼睛再大一点，脸再瘦一些 😊 (Глаза у него больше, а лицо тоньше).*

*Пример 59. 这鼻子真好看 😊 😊 😊 (Нос действительно красивый).*

Также пользователи предпочитают выражать положительную оценку, используя эмодзи с тремя шестерками (666). Дело в том, что в китайском языке три шестерки (六六六 liù liù liù) созвучны с сочетанием 牛牛牛 (niú niú niú). Это выражение используют в качестве восхищения: 很牛 (hěn niú), что в переводе означает «очень круто». Например, подобное можно встретить в комментариях под публикацией от 23.04.2021 (<https://v.douyin.com/eywkCfC/>) аккаунта 韩美娟 (Ханьмэй Цзюань), в которой блогер по имени Ханьмэй Цзюань вместе с командой посылает своим подписчикам воздушный поцелуй:

*Пример 60. 热热闹闹! 666 (Как оживленно!)*

*Пример 61. 是新的语言? 娟语吗 666 (Это новый язык? Язык Цзюаня?).*

*Пример 62. 666.*

*Пример 63. 意难平为什么不能成团 666 (Почему они не могут быть группой?).*

*Пример 64. 转发 666 666 666 (Репост).*

Таким образом, можно выделить, что на графическом уровне использование эмодзи и интернет-сленга (666) находятся у китайских пользователей в приоритете при выражении негативной или положительной оценки. Чаще всего оценка выражалась эксплицитно, а эмодзи использовались наряду с оценочным высказыванием, усиливая эмоциональность.

### 2.3.2. Способы выражения оценки в комментариях на английском языке

По данным проведенного исследования, в комментариях на английском языке в социальной сети TikTok отмечены способы выражения оценки на лексическом, синтаксическом, стилистическом и графическом уровнях. Для исследования нами были отобраны 150 публикаций из американских аккаунтов социальной сети. Публикации были отобраны методом сплошной выборки и не имели общей тематики. Количество комментариев под постами составляло от 100 до 30 000. Посредством анализа языковых средств в комментариях можно исследовать, какой из способов выражения оценки является наиболее частотным.

**На лексическом уровне** положительная оценка выражается эксплицитно при помощи оценочных прилагательных и существительных, которых, в ходе анализа, было найдено больше всего.

Рассмотрим публикацию от 30.03.2021 аккаунта «luvwhatudo» (<https://vm.tiktok.com/ZSJMR7n6W/>), в которой губернатор штата Флорида Рон ДеСантис заявляет, что отныне госучреждениям и частным компаниям запрещено требовать от сотрудников и посетителей предъявлять документы

о вакцинации от COVID-19. Под постом найдено 3760 комментариев. Чаще всего употребляются такие оценочные прилагательные, как *awesome*, *good*, *great*, *brilliant*. Среди оценок встречаются и сублимированные (эстетические, этические), и рационалистические.

*Пример 65. FL is awesome.*

*Пример 66. Great job! Governor DeSantis. You're the man!*

*Пример 67. Good job because most people here don't want it.*

*Пример 68. Great policy! Freedom for choice.*

*Пример 69. Very good gov desantis.*

*Пример 70. Florida is awesome. Glad they are not mandating this.*

Что касается оценочных существительных, среди них чаще всего встречались такие слова, как *hero*, *rock star*, *leader* или *leadership*.

*Пример 71. He is my hero.*

*Пример 72. He is a rock star!*

*Пример 73. DeSantis is a rock star!!!*

*Пример 74. My hero!*

*Пример 75. My hero, my president! Florida last land of freedom.*

*Пример 76. This is leadership.*

*Пример 77. National leader!*

Большое количество оценочных высказываний графически оформлялось прописными буквами для усиления эмоциональности, что является супраграфемным средством:

*Пример 78. GOOD MAN!!!*

*Пример 79. THANK YOU FLORIDA!! YOU ARE AWESOME!*

*Пример 80. BRILLIANT. HARVARD. GUY.*

*Пример 81. HE IS SO GOOD.*

Однако наибольшее количество комментариев было найдено со словом «president» с содержанием о том, что губернатор Флориды заслуживает поста президента. В данных высказываниях оценка выражается косвенно:

пользователи подчеркивают в губернаторе лидерские качества и его перспективы на пост президента США.

*Пример 82. Gov. DeSantis for President!*

*Пример 83. Make him president already!*

*Пример 84. I say he runs for president.*

*Пример 85. I'll vote for him for president.*

Далее, публикация от 30.03.2021 (<https://vm.tiktok.com/ZSJM8FqJp/>) аккаунта «the.republican.official» с Джо Байденом, который с трудом произносит речь. Пользователь, выложивший видео, подписал под ним: «Ladies and gentlemen, this is the president of the United States». Под постом найдены преимущественно комментарии, выражающие негативную оценку при помощи прилагательных *dumb, embarrassing, bad* и т.д. Стоит отметить, что наряду с оценочными прилагательными пользователи активно используют наречия, усиливающие оценку, а именно *so, absolutely, very* и т.п.:

*Пример 86. This is so embarrassing.*

*Пример 87. I feel very bad cause he's not even running out country there just using him.*

*Пример 88. Tbh there all bad.*

*Пример 89. I feel bad for usa.*

*Пример 90. He's absolutely dumb lol.*

*Пример 91. So embarrassing watching him speak... he's done, retire already Joe!!*

Данные оценки можно отнести к сублимированным оценкам, выраженным прямым способом.

Примечательно, что многие пользователи используют оценочные прилагательные *great, forceful, strong, fearless*, которые по своей природе имеют позитивную коннотацию, но в контексте обретают негативную окрашенность. В данном случае мы сталкиваемся с имплицитно-выраженной оценкой:

*Пример 92. Great speech.*

*Пример 93. That's a World Leader right there...so proud of him for being a strong forceful POTUS 😊😊😊*

*Пример 94. Your fearless leader ladies and gentlemen...*

Определить то, что оценка выражается негативно, несмотря на свое первоначально позитивное значение, помогает контекст, а также графические средства (эмотиконы и многоточие).

По результатам исследования средств оценки на лексическом уровне была составлена таблица, которая демонстрирует самые распространенные лексемы, используемые американскими пользователями в анализируемом корпусе.

Таблица 3. Основные используемые лексические средства

	Прилагательные	Существительные	Наречия (усиливающие оценку)
Положительная оценка и количество употреблений лексем	Great (124) Awesome (91) Good (90) Brilliant (78) Amazing (70) Cool (68) Beautiful (63) Strong (45) Impressive (41) Fantastic (38) Well-done (34) Stunning (33) Incredible (30) Perspective (23)	Leader (58) Hero (50) Leadership (23) Rock star (15)	So (150) Really (123) Absolutely (104) Very (86) Truly (76)
Отрицательная оценка и количество употреблений лексем	Embarrassing (90) Bad (86) Dumb (77) Disgusting (65)	Idiot (66) Embarrassment (65) Shame (42) Dumbass (34) Nonsense (30) Disgrace (20) Joke (11)	

**На синтаксическом уровне** категория оценки в англоязычных комментариях выражается при помощи восклицательных предложений, парцелляции и риторических вопросов.

Восклицательные предложения помогали авторам комментариев выразить оценку положительно и отрицательно. В первом случае, оценка выражала эмоции восторга и одобрения, во втором – эмоции гнева и недовольства.

Возьмем в пример публикацию от 09.03.2021 (<https://vm.tiktok.com/ZSJCJsUkV/>) официального аккаунта американского музыканта Чарли Пута, в которой он демонстрирует процесс создания музыки. Большое количество комментариев содержали в себе восклицательные конструкции, позволившие пользователям выразить положительные эмоции:

*Пример 95. Charlie you ARE a GENIUS!*

*Пример 96. That was a nice kick!*

*Пример 97. You're so so so talented omg!!*

*Пример 98. I can do that but all it becomes is noise. Anyway, this is so just soooo awesome!*

*Пример 99. Yoooo that was dope!*

Далее, проанализируем комментарии под публикацией, размещенной 15.06.21 аккаунтом «patriotblake2» (<https://vm.tiktok.com/ZSJCAY8Ay/>). В видео действующий президент США Джо Байден с трудом отвечает на вопрос журналиста о президенте России Владимире Путине. Американские пользователи активно используют восклицательные конструкции для выражения отрицательной оценки:

*Пример 100. This is such a joke!! God help us.*

*Пример 101. You don't deserve to be my president!*

*Пример 102. He was waiting for his answer from his handlers is exactly correct!!! He is an absolute joke and disgrace!*

*Пример 103. This is embarrassing for the US!*

Многие пользователи выражают свое негодование, косвенно ссылаясь на бывшего президента Дональда Трампа, тем самым показывая, что действующий президент не достоин своего поста:

*Пример 104. We need out Trump back now!!!*

*Пример 105. Please get this man the hell out of trumps office!*

*Пример 106. Someone please bring the real President (Trump) back!*

Далее, на данном уровне пользователи также отдают предпочтение такому средству, как парцелляция. Парцелляция выполняет эмоционально-выразительную функцию и служит средством усиления эмоций или эмоционального состояния. Данное средство хоть и не выражает конкретную эмоцию, но все же содержит в себе оценочный компонент.

Возьмем в пример публикацию аккаунта «casualporcupine» (<https://vm.tiktok.com/ZSJafHKDw/>) от 16.11.2021, в которой бывший президент США Барак Обама выступает в Белом доме. Пользователи активно употребляют прием парцелляции для повышения экспрессивности оценочного высказывания.

*Пример 107. Obama 🖐️ was 🖐️ the 🖐️ best.*

*Пример 108. Oh. My. God!!!*

*Пример 109. Fuckin. Owned.*

*Пример 110. I. Died. That. Day!!!*

Примечательно, что при парцелляции некоторые пользователи разделяют высказывание при помощи эмотиконов, а не пунктуационных знаков.

Далее, в качестве примера рассмотрим видео (<https://vm.tiktok.com/ZSJAY4oP3/>), размещенное американским аккаунтом «yahoonews» 12.01.2021, в котором офицер Юджин Гудман во время штурма Капитолия США отвлекает мятежников от зала Сената США. Всего под публикацией было обнаружено 20 228 комментариев, содержащих как положительную, так и отрицательную оценку. Многими пользователями был применен прием парцелляции, который помогает усилить эмоциональную сторону оценочного содержания:



*Пример 111. We support some police officers. Not all. Just the ones that do there job correctly.*

*Пример 112. I'm confused am I supposed to like police. Or not.*

*Пример 113. Funny how you all hated cops. A few months ago.*

*Пример 114. It's kinda cool. Or not. We'll never know.*

Риторические вопросы, как еще одно популярное средство выражения оценки, помогают американским пользователям выразить свое отношение к объекту или явлению косвенным способом. Чаще всего риторические вопросы использовались в комментариях негативного характера. Рассмотрим публикацию от 08.01.21 аккаунта «inthenow» (<https://vm.tiktok.com/ZSJCJWVx9/>), в которой демонстрируется протест и захват Капитолия США. Авторы комментариев активно используют риторические вопросы, содержащие оценочное суждение с негативной окрашенностью и эмоциями негодования:

*Пример 115. We still not going to talk about how many businesses were burnt to the ground by blm? What about that wendy's?*

*Пример 116. And this is a peaceful protest?*

*Пример 117. How do we vote for man on porch for 2024?*

*Пример 118. They literally beat a cop to death with a fire extinguisher, where the fuck is the blue lives matter now???*

По результатам исследования средств оценки на синтаксическом уровне была составлена таблица, которая демонстрирует самые распространенные синтаксические средства, используемые американскими пользователями в анализируемом корпусе.

Таблица 4. Основные используемые синтаксические средства

Синтаксический прием	Количество употреблений
Восклицательные предложения	130

Парцелляция	125
Риторические вопросы	98

**На стилистическом** уровне оценка в комментариях на английском языке чаще всего выражается при помощи таких средств, как метафоры, сравнения и парцелляция.

Категория сравнения и категория оценки тесно взаимосвязаны. Начнем с того, что сравниваемые предметы должны быть отличными друг от друга или обладать определенным одноименным свойством. Субъективный момент оценки проявляется в выборе основания сравнения, автором высказывания определяется тот сходный признак, наличие которого позволило бы сравнивать данные предметы или явления. Объективный момент оценки проявляется в том, что, для сравнения «субъект ориентируется на определенную шкалу и стереотипы» [Михнюк, 2011: 133].

В качестве примера возьмем публикацию известного американского блогера и актера Логана Пола от 20.03.2020 (<https://vm.tiktok.com/ZSJALYaEM/>), в котором он делает утреннюю зарядку. Комментарии под этим постом достигают отметку в 25 700. Для выражения оценки американские пользователи активно используют прием сравнения при помощи сочетания прилагательного степени и союза *then*, а также конструкции с предлогом *like*.

*Пример 119. You can do a cartwheel better than my ex.*

*Пример 120. He is more flexible than me and I'm a dancer.*

*Пример 121. He looks like Ranveer Singh from some angles.*

*Пример 122. Okay that was impressive, but KSI is still better than you*

*Пример 123. Logan...is flexible?! He's better than me when I used to be a gymnast.*

Далее, проанализируем комментарии под публикацией аккаунта «halfalive», официальным аккаунтом американской группы Half Alive

(<https://vm.tiktok.com/ZSJmpYrtN/>). В видео от 01.04.2021 участники группы представили отрывок новой песни и музыкального клипа. Большое количество пользователей сравнили музыкальный стиль песни с творчеством американской группы AJR. Что касается хореографической составляющей клипа, некоторые пользователи увидели в ней влияние жанра К-поп. В данном случае мы имеем дело с приемом сравнения:

*Пример 124. Kinda sound like AJR but less crazy beats (it's a good thing).*

*Пример 125. AJR vibes!*

*Пример 126. AJR vibes yessss.*

*Пример 127. It's like AJR... but better. Thank you I love this already.*

*Пример 128. I thought this was AJR. Lol.*

*Пример 129. They are actually doing real dancing like K-pop but with a unique sound.*

Среди стилистических средств американские пользователи сети TikTok также выделяют метафоры. Стоит отметить, что метафора является универсальным стилистическим приемом, который основан на употреблении слова в непрямом значении. Следовательно, оценка в высказываниях с метафорой в большинстве случаев была выражено косвенным способом. В качестве примера рассмотрим публикацию от 08.12.2020 аккаунта «flakeysalt» (<https://vm.tiktok.com/ZSJmtLDkM/>). Это официальный аккаунт популярного повара и YouTube-блогера Джошуа Вайсмана. В данном видео он показывает подписчикам один из его фирменных рецептов приготовления бургера. Приведенные ниже комментарии демонстрируют использование метафоры при выражении оценки. Американские пользователи, восхищаясь кулинарным талантом Джошуа, приписывают ему как божественные качества (используя такие метафоры, как «Jesus», «lord»), так и сверхъестественные («magician»):

*Пример 130. Thank you cooking Jesus.*

*Пример 131. The Lord is coming soon please turn to the gospel.*

*Пример 132. Anyone else think this man is a professional magician*

*Пример 133. ...15 minutes. You sir rock!!*

Рассмотрим еще одну публикацию от 06.01.2021 аккаунта «roypurdy.jr» (<https://vm.tiktok.com/ZSJmpYC5t/>), в котором блогер Рой Парди исполняет свой коронный танец. В своих оценочных суждениях пользователи активно используют метафоры, называя американскую звезду «watermelon ninja», «vine legend» и т.д., а также описывают свои эмоции, например, сравнивая свой пульс с гоночным автомобилем:

*Пример 134. Watermelon ninja!*

*Пример 135. Our lord and savior – roy purdy – he’s back.*

*Пример 136. POP OFF KING.*

*Пример 137. He is a vine legend.*

*Пример 138. Omg my pulse now is a race car.*

Далее, на стилистическом уровне в комментариях на английском языке употребительны высказывания с ненормативной экспрессивной лексикой, которые усиливают эмоциональность. Частое употребление подобных высказываний связано с открытостью американской лингвокультуры и привычной для американцев неформальностью общения. В комментариях под публикацией с речью Джо Байдена, которая была рассмотрена выше (<https://vm.tiktok.com/ZSJM8FqJp/>) наблюдается тенденция использования нецензурной лексики с яркой негативной окрашенностью:

*Пример 139. Fuckin joke.*

*Пример 140. Can’t believe we have this idiot as our president.*

*Пример 141. Wow just wow and this is supposed our president? Can’t believe people voted for this dumbass.*

*Пример 142. I still want to know how the fuck he got in office?*

*Пример 143. A two year old can talk better than that idiot.*

По результатам исследования на стилистическом уровне была составлена таблица, демонстрирующая основные стилистические приемы выражения оценки и количество их употреблений в проанализированных комментариях.

Таблица 5. Основные используемые стилистические средства

Стилистический прием	Количество употреблений
Сравнения	150
Метафоры	100

**На графическом уровне** пользователи выражают оценку преимущественно используя прописные буквы для усиления эмоциональности как положительного, так и отрицательного высказывания. Наряду с этим средством также используются эмодзи. Таким образом, были найдены преимущественно супраграфемные средства выражения оценки.

В качестве примера рассмотрим комментарии под публикацией от 30.10.2020 (<https://vm.tiktok.com/ZSJmswMbg/>), размещенной известной американской актрисой и видеоблогером Лизой Коши. В своем видео она демонстрирует образ британской журналистки Анны Винтур, который выбрала на Хэллоуин. Комментарии под данным постом содержат оценку, которые преимущественно сопровождаются таким графическим средством, как эмодзи. Пользователи выражают свои эмоции при помощи графических идеограмм в виде сердец, черепа, звезд, улыбающихся, смеющихся лиц и даже красных восклицательных знаков:

*Пример 145. I still come to this video to rewatch and laugh, I swear 😊*

*Пример 146. I thought you are willy wonka 😊😊*

*Пример 147. Ms. Wintour 😊 ✨*

*Пример 148. This was iconic 😊*

*Пример 149. What an idea !! This is awesome 🙌*

*Пример 150. ANNA WINTOUR 😊*

*Пример 151. THE HAIR AND GLASSES 😊👁️😱 I CAN'T BREATHE 😊👁️*

Стоит отметить, что американские пользователи чаще сочетают оценочное высказывание с эмодиконом, чем используют последнее отдельно.

Графически выделенный фрагмент (ГВФ) – это средство, которое акцентирует внимание и формирует визуальный образ, структуру текста [Василенко, 2017]. Одной из функций ГВФ является функция ключевого слова, при котором графически выделенное слово вступает в различные отношения с другими компонентами текста. Чтобы осуществить данную функцию, ключевое слово в тексте должно графически маркироваться автором. Наиболее характерный для американских пользователей способ маркирования ключевого слова в оценочном высказывании – набор прописными буквами. Отрицательные суждения, выделенные таким способом, чаще всего свидетельствовали об эмоциональном состоянии агрессии или негодования, положительные же выражали эмоции восторга и восхищения.

Рассмотрим комментарии под постом от 26.01.2021 аккаунта «officialbmth» (<https://vm.tiktok.com/ZSJmGhkgv/>), официального аккаунта американской музыкальной группы Bring Me The Horizon. Данный пост насчитывает 4 562 комментария и демонстрирует процесс создания музыкальной композиции. Большое количество пользователей выражали положительную оценку за счет оформления ключевого слова (или фразы) прописными буквами, усиливая тем самым его эмоциональную окрашенность:

*Пример 152. This is SO COOL.*

*Пример 153. THANKS A LOT, Jordan!!!*

*Пример 154. That's AMAZING, my twelve year old self is jumping.*

*Пример 155. That sounds incredible and I had NO IDEA!*

*Пример 156. I swear you guys are AWESOME.*

В то же время можно заметить случаи графического оформления целого текстового фрагмента:

*Пример 157. OH MY GOD ITS PERFECT.*

*Пример 158. I LOVE IT!*

*Пример 159. ICONIC.*

*Пример 160. YOU ARE MY LIFE SUPPORT I LOVE YOU GUYS SO MUCH.*

*Пример 161. OLI'S RAW VOCAL IS EVERYTHING.*

Для оформления отрицательно-окрашенного оценочного суждения пользователи также использовали прописные буквы, поскольку это средство помогает передать интонацию высказывания и выразить эмоции. В комментариях под публикацией от 15.01.2021 (<https://vm.tiktok.com/ZSJmo698C/>) новостного аккаунта «cbsnews» прослеживается подобная тенденция. В видео действующий президент США Джо Байден выступает с заявлением о повышении минимальной зарплаты до 15 долларов в час. За счет усиления эмоциональной стороны высказывания пользователи эксплицируют негативную оценку:

*Пример 162. BIDEN IS NOT MY PRESIDENT!*

*Пример 163. NO NO NO THIS IS NOT GOOD.*

*Пример 164. THE ELECTION WAS STOLEN! SAD! WHO WOULD VOTE FOR SLEEP JOE?*

Таким образом, вышеприведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что супраграфемные средства, а именно написание высказывания прописными буквами и эмодзи находятся у американских пользователей в приоритете при выражении оценки в интернет-коммуникации, причем оба средства служат для усиления оценочности.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

В практическом разделе данной работы был описан анализ материала с целью выявления и систематизации, наиболее распространённых в сети TikTok языковых способов выражения категории оценочности.

Были приняты во внимание особенности американской и китайской лингвокультуры, так как это влияло на выбор языковых средств при выражении оценки. В китайском обществе принцип «сохранить лицо» не позволял пользователям выразить негативную оценку, выходя за рамки приличия. Более того, в комментариях на китайском языке не было обнаружено использование нецензурной лексики при выражении оценки.

На лексическом уровне популярными средствами среди китайских пользователей стали оценочные прилагательные и существительные, которые иногда сопровождались наречиями, усиливающими оценочность высказывания. В комментариях были обнаружены сенсорные, сублимированные и рационалистические виды оценки.

На синтаксическом уровне в комментариях на китайском языке категория оценки выражалась за счет восклицательных предложений, которые в большинстве случаев носили положительный характер и выполняли эмоционально-выразительную функцию.

На стилистическом уровне было обнаружено неоднократное использование идиом, аллюзий и иронии, которые помогали пользователям выразить оценку косвенным способом.

На графическом уровне замечено использование преимущественно супраграфемных средств, а именно использование эмодзи. Также китайские пользователи сети широко использовали интернет-сленг, который популярен в Китае. Было выявлено, что особенности иероглифического письма не позволяют использовать распространённый на языках, использующих алфавитное письмо, прием графического выделения отдельных фрагментов текста.



На лексическом уровне в комментариях на английском языке оценка выражалась также ярко при помощи оценочных прилагательных и существительных.

Среди видов оценок были в наибольшем количестве обнаружены сублимированные и рационалистические оценки.

На синтаксическом уровне в комментариях на английском языке были выявлены такие средства выражения оценки, как восклицательные предложения, парцелляция и риторические вопросы. Последнее в большинстве случаев было связано с отрицательной оценкой, выраженной косвенно. Парцелляция и восклицательные предложения выполняли эмоционально-выразительную функцию и служили средством усиления эмоций.

На стилистическом уровне в комментариях на английском языке прием сравнения для выражения оценочных смыслов стал одним из самых популярных. Вслед за ним идет метафора – средство, за счет которого оценка выражалась пользователями преимущественно косвенно.

На графическом уровне многие слова или целые высказывания неоднократно выделялись американскими пользователями заглавными буквами, что, вероятно, объясняется намерением пользователя сделать акцент на определенном слове (или высказывании). Данный прием помогал усилить оценку, добавить ей эмоциональности. Эмотиконы также помогали американским пользователям сети выразить определенные эмоции. Они использовались либо отдельно от оценочного суждения, либо вместе с ним (в последнем случае пользователи применяли «смайлики» в конце оценочного высказывания).

Исследование показало, что на графическом уровне использование эмотиконов оказалось самым популярным невербальным способом выражения оценки в комментариях на обоих языках.

Подводя итог, проведенный анализ позволил сделать вывод, что в комментариях на китайском и английском языках категория оценочности

отражается очень разнообразно на всех четырех языковых уровнях, однако за счёт особенностей каждой из лингвокультур некоторые средства, которые выбирают пользователи на этих уровнях, отличаются.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современном мире коммуникация в социальных сетях становится все более популярной. Некоторые характеристики интернет-среды позволяют пользователям выражать свою оценку в комментариях открыто и беспристрастно.

В ходе данного исследования была достигнута заявленная во введении цель проанализировать основные средства языковой оценки на материале комментариев к публикациям в Интернете. В работе были рассмотрены различные подходы к определению оценки и смежных с ней понятий оценочности, экспрессивности, образности и эмоциональности. Определение оценки Н.Д. Арутюновой было выбрано как основное: умственный акт, в процессе которого устанавливается отношение субъекта к оцениваемому объекту.

В лингвистической науке выделяется положительная и отрицательная, имплицитная и эксплицитная оценка, а также оценка, выраженная прямым и косвенным способом. Ученые выделяют фонетический, словообразовательный, лексический, синтаксический, графический, стилистический уровни оформления оценки.

Интернет-коммуникацию отличает разнообразие способов и форм взаимодействия. Виртуальное общение характеризуется размытостью пространственных границ, интерактивностью, анонимностью, статусным равноправием участников, гипертекстуальностью. Среди лингвистических особенностей интернет-коммуникации выделяются специфика жанров, использование интернет-символов, лексические и графические аббревиации, изменение правил орфографии, синтаксиса и пунктуации. В рамках интернет-общения существует жанр комментариев, обладающий своими особенностями. Комментарий в виртуальном пространстве совмещает в себе оперативность, информативность, лаконичность, аналитичность и экспрессивность. Он предполагает реализацию основных функций

публицистического дискурса, а именно функции информирования, воздействия и убеждения. В интернет-среде комментариев позволяет его автору выразить свое мнение в ответ на любую заданную тему. Эмоциональность и оценочность являются основными лингвостилистическими свойствами интернет-комментария.

В ходе практического исследования было проанализировано четыре уровня выражения оценочного значения в комментариях социальной сети TikTok: лексический, синтаксический, стилистический и графический. Поиск и отбор материала осуществлён методом сплошной выборки, а его рассмотрение – методом сопоставительного, контекстуального и количественного анализов.

В комментариях и на китайском, и на английском языке оценка ярче всего выражается на лексическом уровне, что подтверждается многократным использованием оценочных имен прилагательных и существительных. На стилистическом, синтаксическом и графическом уровне выбор пользователями средств в разных культурах иногда отличается.

При анализе комментариев на китайском языке было выявлено три основных средства: идиомы, аллюзии и ирония. Этим трем стилистическим приемам пользователи отдавали предпочтение, и именно эти средства помогали им выразить оценку имплицитно. На синтаксическом уровне положительная оценка выражалась через восклицательные конструкции, характеризующиеся эмоциональной окрашенностью и повышенной экспрессивностью. На графическом уровне было обнаружено широкое использование эмодзи для выражения оценки, а также популярного в Китае интернет-сленга. Коммуникативно-культурный вектор «сохранение лица» способствует отказу от категоричного выражения негативной оценки, поскольку ни один из авторов комментариев не использовал грубые выражения и нецензурную лексику для выражения отрицательной оценки с высокой эмоциональностью. Для формулирования критичной оценки пользователи предпочитали использовать приемы иронии и идиомы.

Анализ материала на английском языке показал, что американские пользователи отдают предпочтение таким синтаксическим средствам, как восклицательные предложения, парцелляция и риторические вопросы. В ходе исследования были найдены комментарии с восклицательными конструкциями, выражающие как положительную, так и отрицательную оценку. Парцелляция выполняла эмоционально-выразительную функцию при выражении оценочных смыслов. Риторические вопросы использовались в основном для передачи негативных эмоций и способствовали выражению оценки косвенным способом.

Относительно стилистических средств, в анализируемом эмпирическом корпусе были обнаружены такие средства, как сравнения и метафоры, причем последнее помогало автору комментария выразить оценку непрямым способом. Вместе с тем, негативная оценка чаще всего сопровождалась нецензурной лексикой, что характерно для американской лингвокультуры. На графическом уровне использовались преимущественно супраграфемные средства выражения оценки, а именно эмотиконы и прописные буквы. Все эти средства направлены на усиление эмоциональности оценочного высказывания.

В ходе анализа было выявлено, что оценка, выраженная косвенным способом, больше всего реализуется в эмпирическом корпусе на китайском языке. Причиной этому является то, что китайская культура является высококонтекстной. Для понимания определенных смыслов необходимо хорошо знать контекст, так как информация в значительной части содержится именно там. В рамках данной культуры правила хорошего тона требуют говорить завуалированным образом, а прямые, особенно негативные, высказывания воспринимаются как проявление невоспитанности.

Перспектива дальнейшего исследования представляет собой изучение категории оценочности в интернет-коммуникации в других жанрах.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аванесова Н.В. Эмоциональность и экспрессивность – категории коммуникативной лингвистики // Вестник ЮГУ. Серия: Коммуникативная лингвистика. 2010. Т. 2. Вып. 17. С. 5 – 9.
2. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений. М.: Наука, 1988. 328 с.
3. Асмус Н.Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: дис. ... канд. филол. наук: Челябинск, 2005. 265 с.
4. Баженов Г.А. «Лицо» как базовый концепт [Электронный ресурс]. 2009. URL: [https://www.synologia.ru/a/«Лицо»\\_как\\_базовый\\_концепт](https://www.synologia.ru/a/«Лицо»_как_базовый_концепт) (дата обращения: 17.03.2021).
5. Базарова А.А. Гипертекстуальность как базовая характеристика интернет-СМИ [Электронный ресурс]. 2011. URL: <https://moluch.ru/conf/phil/archive/25/1247/> (дата обращения: 15.09.2020).
6. Баранов А.Н., Паршин П.Б. Воздействующий потенциал варьирования в сфере метаграфемии // Проблемы эффективности речевой коммуникации: сб. обзоров. М.: ИНИОН АН СССР, 1989. С. 41 – 115.
7. Барышева А.И. Имплицитность в тексте и аспекты ее анализа // Грамота. Серия: Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2015. Т. 5. Вып. 50. С. 18 – 20.
8. Белоножко Н.Д. Аллюзия как оценочное средство оценочности языка (на материале английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Москва, 2013. 19 с.
9. Бийгелдиева К.А. Исследование культуры речи в китайском языке // Проблемы современной науки и образования. Серия: Филологические науки. 2016. Т. 34. Вып. 76. С. 77 – 79.
10. Василенко А.Г. Графически выделенное слово в лексической организации текста (на материале художественных и публицистических

произведений Ю. В. Трифонова: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Новосибирск, 2017. 22 с.

11. Вестфальская А.Н. Средства выражения оценки в научно-публицистическом дискурсе холодной войны (на материале английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Белгород, 2016. 22 с.

12. Викторова Е.Ю., Пантеева К.В. Непрямая оценка в речи российских и британских спортивных комментаторов // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2019. Вып. 1. С. 119 – 125.

13. Виноградов В.В. Русский язык (Грамматическое учение о слове): учеб. пособие для вузов. 3-е изд. М.: Высш. шк., 1986. 640 с.

14. Водясова Л.П., Жиндеева Е.А. Лексический повтор как текстообразующий компонент и стилистический прием выразительности в художественном пространстве К.Г. Абрамова // Вестник ЧГУ. Серия: Языкознание и литературоведение. 2012. Т. 17. Вып. 66. С. 37 – 43.

15. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М.: Едиториал УРСС, 2002. 280 с.

16. Габриелова Е.В. Импликация и экспликация оценки как средство речевого воздействия (на материале микроблога Twitter): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Москва, 2018. 25 с.

17. Гейко Н.Р. Сирипля М.А. ИмPLICITные оценки в политическом дискурсе // Вестник БГУ. Серия: Языкознание. 2016. Вып. 2. С. 164 – 166.

18. Головня М.В. Средства выражения нейтральной оценки (на примере произведений А.Т. Твардовского) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология. 2010. Вып. 1. С. 62 – 65.

19. Гуржий Д.А. Цензура в Интернете // Молодой учёный. Серия: Прочее. 2015. Т. 12. Вып. 92. С. 988 – 991.

20. Данилова Р.Р. Категория оценки как способ выражения антропоцентризма в лингвистике // Вестник ТГГПУ. Серия: Филологические науки: лингвистика. 2011. Т. 1. Вып. 23. С. 137 – 139.

21. Дахалаева Е.Ч. Интернет-комментарий и интернет-отзыв: параметры жанрового разграничения [Электронный ресурс]. 2014. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=16222> (дата обращения: 11.11.2020).
22. Дёмкина Д.С. Интернет-цензура: мировой опыт // Огарёв-Online. Серия: Культурология. 2019. Т. 13. Вып. 134. С. 1 – 5.
23. Дормидонтова О.А. Категория оценки и оценочная категоризация с позиций современной лингвистики // Альманах современной науки и образования. Серия: Филологические науки. Т. 2. Вып. 1. 2009. С. 47 – 49.
24. Кирюхина А.А. Дракон в сети: интернет с китайской спецификой // Актуальные проблемы современных международных отношений. Серия: Право. Вып. 3. 2014. С. 59 – 63.
25. Коваленко Г.Ф. Термин «экспрессивность»: когнитивные аспекты // Вестник ПГУ им. Шолом-Алейхема. Серия: Филологические науки. Т. 2. Вып. 23. 2016. С. 9 – 14.
26. Козырева М.М. Ненормативная лексика в американской коммуникативной культуре и проблема ее перевода на русский язык // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2012. Вып. 3. С. 49 – 55.
27. Колясева Т.Ю. Эмоционально-оценочная лексика в текстовом пространстве Д.И. Стахеева: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 20.02.19. Кемерово, 2008. 23 с.
28. Комиссарова Н.Г., Якупова Д.Р. Оценочность в дискурсе СМИ // Грамота. Серия: Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. Т. 2. Вып. 80. С. 83 – 87.
29. Кошман Ю.И. Прагматическое содержание прямых и косвенных оценочных высказываний // Грамота. Серия: Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2015. Т. 4. Вып. 46. С. 11 – 113.
30. Куликова Л.В. Коммуникативный стиль в межкультурной парадигме: монография / отв. ред. И.А. Стернин. Красноярск: СФУ, 2006. 392 с.



31. Куликова А.В. Особенности Интернет-коммуникаций // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2012. Т. 4. Вып. 28. С. 19 – 24.
32. Лексютина Я.В. Политика китайского руководства в вопросах контроля и регулирования Интернета // Общество и государство в Китае. 2015. Вып. 17. С. 202 – 212.
33. Ленько Г.Н. Анализ категории эмотивности и смежных с нею понятий // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. Серия: Языкознание и литературоведение. Т. 1. Вып. 1. 2015. С. 73 – 79.
34. Лещенко А.М. Социальные сети как механизм конструирования коммуникации в современном обществе [Электронный ресурс]. 2011. URL: <http://cheloveknauka.com/sotsialnye-seti-kak-mehanizm-konstruirovaniya-kommunikatsii-v-sovremennom-obschestve> (дата обращения 09.12.2019).
35. Лингвистический энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. URL: <http://tapemark.narod.ru/les/> (дата обращения: 09.10.2019).
36. Словарь лингвистических терминов [Электронный ресурс]. URL: <https://slovar.cc/rus/term.html> (дата обращения 25.01.2019).
37. Марьянчик В.А. Оценка как категория текста // Вестник САФУ имени М.В. Ломоносова. Серия: Гуманитарные и социальные науки. Вып. 1. 2011. С. 100 – 103.
38. Мельник А.Г. Передача оценки через стилистические приемы (на материале публичных выступлений) [Электронный ресурс]. 2008. URL: [https://pgu.ru/upload/iblock/039/uch\\_2008\\_ii\\_00016.pdf](https://pgu.ru/upload/iblock/039/uch_2008_ii_00016.pdf) (дата обращения 13.03.2020).
39. Мельник М.В. Комментарий как жанр Интернет-коммуникации // Система і структура східнослов'янських мов. Вып. 7. 2014. С. 113 – 117.
40. Михнюк К.В. О взаимосвязи категорий сравнения и оценки (на материале английского языка) // Ярославский педагогический вестник. Вып. 1. Серия: Гуманитарные науки. 2011. С. 131 – 134.

41. Морозова О.Н. Особенности интернет-коммуникации: определение и свойства // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. Т. 1. Вып. 5. Серия: Филология. 2010. С. 150 – 157.
42. Нагибина И.Г. Формирование дискурсивно-коммуникативной парадигмы в китайском языкознании: от теории к социальной практике: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. М., 2017. 231 с.
43. Низамбиева И.И. Способы языковой оценки в произведениях детских писателей на уроках русской литературы // Филология и лингвистика. Серия: История. Филология. 2011. Т. 1. Вып. 5. С. 85 – 92.
44. Пантеева К.В. Понятия эксплицитности и имплицитности в контексте категории оценочности (на материале британского спортивного дискурса) // Вестник Самарского университета. Серия: Филология. 2020. Т. 26. Вып. 1. С. 125 – 133.
45. Пантелеев А.Ф., Никитенко Н.А. Имплицитное выражение категории оценочности в текстах современных СМИ [Электронный ресурс]. 2012. URL: <https://clck.ru/Vfrgy> (дата обращения: 05.01.2019).
46. Пешковский А.М. Принципы и приемы стилистического анализа и оценки художественной прозы // Вопросы методики родного языка, лингвистики и стилистики. М.: Л., 1930. 162 с.
47. Погорелова С.Д., Яковлева А.Н. Основные языковые средства выражения оценочного значения (на примере политических речей Отто фон Бисмарка) // Филологические науки в России и за рубежом. Санкт-Петербург: 2012. С. 162 – 165.
48. Погорелова С.Д., Яковлева А.Н. Связь оценки с другими категориями языка // Современная филология: материалы междунар. заоч. науч. конф. / под ред. О.А. Шульга. Уфа, 2013. С. 86 – 89.
49. Пономаренко Е.Б., Желтухина М.Р. Инвективная лексика в политическом медиадискурсе: англоязычные и русскоязычные

эмоциональные проявления политиков // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2019. Вып. 3. С. 120 – 130.

50. Ракитянский Н.М., Цзыци С. Опыт концептуального моделирования китайского политического менталитета // Вестник Московского университета. Серия: Политические науки. 2016. Вып. 2. С. 57 – 79.

51. Рыбальченко О.И. Ирония и оценочность [Электронный ресурс]. 2016. URL: <https://clck.ru/VcX9z> (дата обращения: 20.02.2021).

52. Самигуллина А.С., Федорова А.Л. Прямая и косвенная оценка: все дело в эмоциональности // Вестник ОГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2004. Вып. 12. С. 4 – 9.

53. Смагина Е.С. Невербальные способы ответственности в Интернет-коммуникации [Электронный ресурс]. 2017. URL: <https://www.meteor-city.top/neverbalnie-sredstva-internet> (дата обращения: 14.03.2020).

54. Смирнова Л.Г. Лексика русского языка с оценочным компонентом значения: системный и функциональный аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Смоленск, 2013. 50 с.

55. Стернина М.А., Стернин И.А. Очерк американского коммуникативного поведения. Воронеж.: Истоки, 200. 209 с.

56. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. М.: Наука, 1986. 142 с.

57. Телицына Е.Л. К вопросу о разграничении понятий эмоциональность, оценочность и экспрессивность // Вестник ЮГУ. Серия: Языкознание и литературоведение. 2016. Т. 1. Вып. 38. С. 79 – 83.

58. Ульянова М.А. Графические средства выражения категории эмотивности в спортивном блоге и комментарии // Вестник ЮУрГГПУ. Серия: Филологические науки. 2016. Вып. 3. С. 192 – 201.

59. Хидекель С.С., Кошель Г.Г. Природа и характер языковых оценок // Лексические и грамматические компоненты в семантике языковых знаков /

под науч. ред. д-ра филол. наук, проф. З.Д. Поповой. Воронеж: Изд-во ВГУ, 1983. С. 11 – 16.

60. Чернявская Е.А. Оценка и оценочность в языке и художественной речи: на материале поэтического, прозаического и эпистолярного наследия А.С. Пушкина: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Брянск, 2001. 270 с.

61. Щипицина Л.Ю. Жанровый статус сетевого комментария // Вестник Башкирского университета. Серия: Филология и искусствоведение. 2015. Вып. 20 (2). С. 528 – 532.

62. Щербатых Е.Ю. Конструкции оценочной семантики в текстах современных англоязычных интервью: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Ярославль, 2016. 255 с.

63. Шейдаева С.Г. Категория субъективной оценки в русском языке: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01. Ижевск, 1998. 274 с.

64. Шенделева Е.А. Категория образности: проблемы лексикологической интерпретации и перспективы исследования // Вестник ТГПУ. Серия: Языкознание и литературоведение. 2000. Т. 3. Вып. 19. С. 73 – 79.

65. Шуан Ч. Китайские идиомы (чэньюй 成语) как компонент содержания межкультурной компетенции // Вестник Пермского университета. Серия: Российская и зарубежная филология. 2013. Т. 3. Вып. 23. С. 69 – 75.

66. Шхумишхова А.Р., Калашаова А.А. Лингвостилистические особенности интернет-комментария в СМИ // Cross Cultural Studies: Education and Science. Вып. 3. С. 387 – 392.

67. Якоба И.А. Интернет как средство социальной коммуникации: особенности виртуального общения // Вестник ИрГТУ. Серия: Гуманитарные науки. 2011. Вып. 8. С. 342 – 347.

68. Якоба И.А. Особенности интернет-коммуникации (социологический, лингвистический, гендерный аспекты) // Вестник ИрГТУ. Серия: Гуманитарные науки. 2012. Вып. 3. С. 365 – 371.

69. Яхина А.М. Категория оценочности: Дистинктивный и дефиниционный аспекты [Электронный ресурс]. 2017. URL: <https://inlnk.ru/b0jyR> (дата обращения: 23.03.2021)

70. Davis D.W., Silver B.D. Civil liberties vs. Security: public opinion in the context of the terrorist attacks on America // American Journal of Political Science. 2004. 48 (1). P. 28 – 46.


71. Giuntini F.T. et al. How Do I Feel? Identifying Emotional Expressions on Facebook Reactions Using Clustering Mechanism // IEEE Access. 2019. 7 (99). P. 53909 – 53921.

72. Cutugno F. Censorship of the Internet: The Job of Parents, Not Government [Электронный ресурс]. 2000. URL: <https://scholarworks.iu.edu/journals/index.php/iusburj/article/view/19826/25903> (дата обращения 07.04.2021).



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

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации  
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой ТГЯиМКК  
 О.В. Магировская  
« 22 » июня 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**КАТЕГОРИЯ ОЦЕНКИ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ (НА  
МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ)**

Выпускник



В.С. Иванникова

Руководитель



канд. филол. наук,  
доц. Н.Г. Бурмакина

Нормконтролер



М.В. Файзулаева

Красноярск 2021