

РЕАЛИЗАЦИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КАТЕГОРИИ ВЕЖЛИВОСТИ В ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЯХ

А. К. Шевцова

(Учреждение образования «Могилевский государственный университет имени А. А. Кулешова»,
кафедра романо-германской филологии)

Статья посвящена анализу коммуникативной категории вежливости в двух ракурсах: позитивной и негативной вежливости. Автором приводятся некоторые маркеры негативной вежливости, делается вывод о мотивированности ее использования.

Интернет-коммуникация в последнее время занимает лидирующую позицию с точки зрения своего влияния на социум, укрепления или, наоборот, обесценивания идей, продвижения определенных мнений и течений [1; 2]. Люди разных возрастов, уровня образованности и социальных позиций ежедневно пользуются интернетом, чтобы узнать новости, проверить и отправить почту, пообщаться с друзьями и знакомыми в социальных сетях. Достаточно часто люди не остаются равнодушными к новостным сообщениям, обсуждению в форумах и решают высказать собственное мнение путем написания комментариев. При этом необходимо учитывать, что коммуникация через интернет-канал отличается от естественного, живого общения, к которому мы привыкли при встрече. В интернете люди не видят собеседника, остаются анонимами и могут позволить себе более прямолинейные высказывания в адрес других коммуникантов.

В этой связи возникла необходимость изучения коммуникативной категории вежливости в новой интерпретации.

В целом, коммуникативная категория вежливости имеет в своей основе универсальное представление о конвенциональных установках, принятых в любом обществе, независимо от его этнической или религиозной принадлежности. Вслед за Р. Лакоффом [5] будем рассматривать категорию вежливости в русле прагматического подхода, который предполагает выполнение трех основных правил вербального и невербального общения: 1) не будь навязчивым; 2) предоставляй возможность выбора; 3) будь вежливым. Следует также отметить, что в последнее время в прагматической лингвистике широкое распространение получили понятия позитивной и негативной вежливости. Данная концепция подробно рассматривалась в контексте теории вежливости Браун-Левинсона [3], появившейся как развитие теории Э. Гоффмана [4] о негативном и позитивном «лице». Дж. Юль также работал в данном направлении и уточнил параметры выделения позитивного и негативного «лица» и, впоследствии, позитивной и негативной вежливости [6].

Обобщая выводы вышеуказанных исследователей, можно прийти к следующим умозаключениям: позитивная вежливость направлена на сохранение «лиц» коммуникантов путем выражения симпатии и солидарности с собеседником, смягчения воздействия «лицоугрожающих актов»; негативная вежливость направлена на уважительное дистанцирование коммуникантов. При этом негативная вежливость не равна невежливости или грубости, поскольку происходит демонстрация права на существование любой точки зрения, отсутствие ограничений свобод обеих сторон, однако адресант сохраняет свое «лицо» и не принимает позицию собеседника. Согласно теории Браун-Левинсона, изложенной в работе «Вежливость: некоторые универсалии в употреблении языка», следует выделить несколько стратегий негативной вежливости: 1) не будь излишне прямолинейным; 2) используй вопросительные формы; 3) выражай почтительность; 4) проси прощения; 5) деперсонифицируй высказывания; 6) используй пассивные формы.

Несмотря на предлагаемые критерии выделения негативной вежливости, не всегда просто сохранить необходимый коммуникативный баланс и остаться в режиме вежливости, не переступая черту и не подвергая собеседника невежливому или грубому обращению. Рассмотрим несколько примеров. На портале mail.ru появилась статья «Американка родила «сюрпризных» близнецов», в которой говорится о том, что жительница городка Ригби, штат Айдахо, Кэти Клей совершенно неожиданно для себя и всех родных родила двойню. Данная статья вызвала активное обсуждение в сети. Примерно в 65% комментариев реализуется коммуникативная категория негативной вежливости, так как большинство читателей находятся в недоумении по поводу неосведомленности американской роженицы о своем положении. Пользователи оставляют комментарии, адресованные самой героине статьи, автору, а также вступают в дискуссию между собой. Наиболее популярным способом вербализовать негативную вежливость в данном случае является постановка вопроса (см. выше п. 2 «используй вопросительные формы»): Она вообще за девять месяцев ни разу не посетила врача, сердцебиение детей никто не прослушивал? Зачем нам знать американские истории? Мы что в Америке живем? Кроме того, многие авторы комментарием предпочитают деперсонифицировать высказывания, чтобы не звучать излишне категорично: В городке Ригби с УЗИ не знакомы?; Ее вообще не осматривали, положили на кресло и ждали, когда все закончится? Видать, или страховки нет, или базовая страховка, или просто решили сэкономить на мед. услугах, т. к. страховка в наличии все равно не покрывает 100% расходы. Принцип «не будь излишне прямолинейным» в данном случае также работает и представляется тем сдерживающим фактором, который не позволяет коммуникантам переступить конвенциональную черту вежливости, поскольку тема статьи достаточно деликатна и в обществе не принято жестоко и грубо высказываться в адрес беременных и родивших женщин. Например: Недорогой китайский приборчик для прослушивания сердцебиения плода ей в помощь – приставил к животу и слушай, наслаждайся, как у твоего эмбриончика сердечко работает-стучит. Можно было и второе сердцебиение услышать, и без помощи дорогого врача обойтись, если на него денежек нет. Сюрприза не получилось бы, конечно, но хотя бы были бы готовы к рождению парочки новых младенцев. Что за колхоз там у них в америках!

Как показал проведенный анализ, негативная вежливость в комментариях пользователей сети интернет может быть разнонаправленной – адресованной как автору комментируемого материала, героям сюжета, так и другим пользователям. Можно предположить, что регистр негативной вежливости зависит от тематики размещенного в сети материала, конкретных условий коммуникативной ситуации, других комментариев пользователей. Данные вопросы требуют дальнейшего детального анализа. Кроме того, совершенно неразработанным остается вопрос о выделении клише негативной вежливости, их сопоставлении на материале типологически различных языков.

Литература

1. Шевцова, А. К. Коммуникативно-прагматическая направленность статусов в социальных сетях (на материале белорусского, русского и английского языков) / А. К. Шевцова // Вестник МГЛУ. Сер. 1, Филология. – 2018. – № 2(93). – С. 39–47.

2. Шевцова, А. К. Языковые признаки коммуникативного взаимодействия в Интернет-дискурсе / А. К. Шевцова // Восточнославянские языки и литературы в европейском контексте – V : сборник науч. статей / под ред. Е. Е. Иванова. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2018. – С. 32–36.

3. Brown, P. Politeness : some universals in language usage / P. Brown, S. Levinson. – Cambridge : Cambridge University Press, 2014. – 345 p.

4. Goffman, E. Interaction ritual: essays on face-to-face behavior / E. Goffman. – New York : Doubleday, 1967. – 270 p.

5. Lakoff, R. T. The logic of politeness; or, minding your P's and Q's / R. T. Lakoff // Papers from the Ninth Regional Meeting of the Chicago Linguistics Society / ed. C. Corum, T. Cedric Smith-Stark, A. Weiser. – Chicago : Department of Linguistics, University of Chicago, 1973. – P. 292–305.

6. Yule, G. Pragmatics / G. Yule. – Oxford : Oxford University Press, 1996. – P. 59–67.