

ЛУКАШЕНКО Н. Г.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

(НЕ)ВВІЧЛИВІСТЬ ЗАПИСАНОГО РОЗМОВНОГО ІНТЕРНЕТ ДИСКУРСУ НА ПРИКЛАДІ КОМЕНТАРІВ З YOUTUBE ТА БЛОГІВ ЩОДО ПОЛІТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВЕНЕСУЕЛИ

У статті йдеться про прагматичні особливості категорії (не)ввічливості в сучасній іспанській мові на матеріалі записаних розмовних текстів коментарів з YouTube та блогів про політичну ситуацію Венесуели.

Ключові слова: (не)ввічливість, мовленнєві акти, адресант, адресат, дискурс-аналіз.

В статье речь идет о прагматических особенностях категории (не)вежливости в современном испанском языке на материале записанных разговорных текстов комментариев из YouTube и блогов о политической ситуации Венесуэлы.

Ключевые слова: (не)вежливость, речевые акты, адресант, адресат, дискурс-анализ.

The article deals with the pragmatic peculiarities of category (im)politeness in the modern Spanish language based on the material of the written spoken texts of comments from YouTube and blogs about the political situation in Venezuela.

Keywords: (im)politeness, speech acts, addresser, addressee, discourse analysis.

Мова блогосфери викликає інтерес у результаті високої політизованості основної маси сучасного демократичного суспільства, являючи собою середовище вивчення суспільної думки. Одним з напрямків дослідження сучасної лінгвістики є проблема ввічливості та маніпулювання мови, особливо під впливом політичних факторів, що й обумовлює **актуальність** та **новизну** статті. **Мета** статті полягає у дослідженні природи феномену (не)ввічливості у сучасному політичному дискурсі Венесуели та її вираження у мовленнєвих актах. **Об'єктом** дослідження стали записані розмовні тексти коментарів з YouTube та блогів. **Предметом** дослідження слугували прагматичні особливості (не)ввічливості у мовленнєвих актах з метою врегулювання соціальної взаємодії між адресантом та адресатом.

Вербальна комунікація є діяльністю, що спрямована на досягнення певної мети. Лінгвістичні засоби є важливими у дискурсі взагалі, крім того, набувають особливого значення, коли мовець стикається з конфліктом, що виникає між його власними намірами та цілями отримувача повідомлення. З цією метою використовується категорія “ввічливість”, що позначає набір розмовних стратегій та тактик, спрямованих на те, щоб уникнути або пом'якшити зазначений

конфлікт [6:163]. На думку ван Дейка, конфлікт слугує попередником ідеологічної боротьби [9:93].

Ввічливість як соціальна діяльність, згідно з Діаною Браво та Антоніо Бріс, є механізмом для пошуку позитивного та негативного обличчя мовця та слухача [1:66], в якій мова відіграє вирішальну роль.

Коментарі у мережі Інтернет являють собою трансформацію усного різновиду мовлення у писемне, або іншими словами – це записаний розмовний текст [10:157]. Блоги та коментарі до відео у YouTube є написаними, але мають риси усного дискурсу, через потребу надіслати повідомлення якомога швидше аби воно не втратило своєї актуальності. Для прикладів ми використовуємо автентичні тексти, не виправляючи помилок. Риси цього типу усного записаного дискурсу, є такими:

1. помилки орфографії, тобто перевага фонетичної орфографії на письмі:

a) систематична відсутність на письмі літери *h*, оскільки вона не вимовляється в іспанській мові, наприклад:

SABES ALGO LO MAS IMPORTANTE QUE A ECHO EL DESDE MI PUNTO DE VISTA FUE EL DE IMPULSAR UN PLAN PARA QUE EN 2017SE SANEN TODOS LOS RÍOS DE VENEZUELA [...](14).

b) заміна літери *b* на *v*:

en un par de meses us acavaria con Venezuela ecuador y Nicaragua (13).

У зазначеному прикладі, спостерігаємо написання власної назви США з малої літери.

c) ігнорування та опускання графічного наголосу та знаків пунктуації, що пояснюється тенденцією до заощадження часу та зусиль адресантів, наприклад:

jaja chavez esta loco [...] (15).

2. Заміна великої букви на малу у власних назвах, що пояснюється заощадженням зусиль та часу та загальною тенденцією мови до економії. Написання великими літерами вживається для виділення, підкреслення головної думки або просто крику, оскільки за нормами *Нетикету* у мережі Інтернет, якщо користувач пише великими буквами, означає, що він підвищує голос, наприклад:

QUE ALEGRÍA, GRACIAS PRESIDENTE! (13).

Адресант радіє здобуткам свого президента Уго Чавеса.

3. Частотне використання вигуків є характерним для усного діалогічного розмовного мовлення у мережі Інтернет. Ми дослідили найуживаніші вигуки. У 70 % корпусу часто вживані: *bravo, viva, carajo, vaya!, jajaja*. Вони допомагають заповнити паузу або відновити контекст, що є відсутнім, але необхідним для правильного розуміння позиції адресанта. Наприклад: *viva chavez, viva cuba, viva latinoamérica vivan todas las personas que quieren el bien para toda la humanidad (maikeltv80 13)*.
4. Вживання емотиконів, що використовується з метою відновлення контексту та для полегшення розуміння думки адресанта, наприклад: [...] *Despierta mi hermano! Esto lo que quieren! Que nos matemos unos a otros:* (13).
5. Аббревіатури, що вживається з метою економії зусиль та через необхідність заощадження часу, наприклад: *Cdte..!!*, *Cmte, salu2*

Зазначені вище аспекти усного записаного дискурсу коментарів та блогів також впливають на формування соціального обличчя адресанта та адресата, оскільки принцип ввічливості та етикету у мережі є дієвим механізмом діалогічної взаємодії та істотно впливає на успішне комунікативне співробітництво, тому що дозволяє комунікантам уникнути взаємного непорозуміння та сприяє створенню доброзичливого клімату в процесі спілкування.

У своїй теорії П. Браун і С. Левінсон пропонують набір стратегій позитивної та негативної ввічливості. Природно, що, як і кожен феномен, класифікація має свої позитивні та негативні сторони. Вона дуже детальна і в ній не дотримується єдності засад класифікації, оскільки лінгвістичні засоби межують з прагматичними інтенціями. У нашій статті ми проаналізуємо вираження принципу ввічливості у коментарях до відео та блогах щодо політичних особливостей Венесуели з урахуванням досягнень даної теорії, базуючись на понятті “соціальне обличчя” та комунікативних актах ввічливості, неввічливості, не неввічливості, використаних для побудови даного Інтернет-дискурсу.

Подвійність соціального обличчя пояснюється у праці П. Браун та С. Левінсон у термінах позитивного та негативного обличчя. Згідно з цією класичною теорією, в основі ввічливості – поняття суспільного

обличчя як самоповаги індивіда. Virізняється позитивне обличчя – бажання отримання схвалення себе як особистості та прагнення до того, щоб власні бажання кожного збігалися або частково були бажаннями інших людей. Негативне обличчя – бажання мати автономність та недоторканість свободи своїх дій [2:62]. Зазначені бажання визначають загальні поведінкові стратегії пом'якшення загрози самоповазі людини, а саме: негативну ввічливість, що стосується надання свободи людині, та позитивну ввічливість, що пов'язана з демонстрацією єдності та солідарності. П. Браун та С. Левінсон зазначають, що певні мовленнєві акти можуть потенційно загрожувати суспільному обличчю індивіда, а саме:

– ті, що загрожують позитивному обличчю адресанта (вибачення, реакція на комплімент, зізнання) та позитивному обличчю адресата (критика, незгода, торкання табуйованих тем);

– ті, що загрожують негативному обличчю адресанта (прийняття пропозиції, відповідь на подяку) та негативному обличчю слухача (наказ, порада, загроза) [12:80].

Соціальне обличчя може бути представлено відносно асиметричною позицією ієрархій [1:29]. Мета політичного дискурсу не описати, а, модифікуючи думки опозиції, переконати або подолати її, як на війні. Для того, щоб дискурс був ефективним, необхідно знати до якого табору належить адресат. У проаналізованому корпусі текстів дана ієрархія є відношеннями між “президент – його прихильники – його опозиція”. Дотримання принципів комунікації для досягнення поставлених цілей комунікантів зумовлює вибір певного акту побудови коментарів з Youtube та блогів. Ввічливість буває негативною, тобто такою, що стосується надання свободи людині, та позитивною, яка пов'язана з демонстрацією єдності й солідарності.

Акти, що загрожують позитивному та негативному обличчю, розподіляються за шкалою більшого або меншого потенціалу агресії. Образа і сарказм є найсильнішими [2:164]. Ми встановили, що найуживанішими є два типи актів, які потенційно загрожують обличчю з метою знищити його:

- Акти, що загрожують позитивному обличчю адресата. У прикладі 1 представлено як комунікативний акт образи. Висміювання або гра слів, іронію представлено у прикладі 2:

1. CUANDO SERA EL DIA EN QUE A ESTE CABRON LO AGARREN COMO AL GADAFI Y SE LO CHINGUEN Y LO EXIBAN POR LAS CALLES DE VENEZUELA [...] (14);

2. *Compañeros Robolucionarios Sucionalistas del Mundo Sigan esta Carta al Pie de la Letra Su Coma Andante en Peste Fidel Fracaso!* (15).

Сміх взагалі, на думку багатьох дослідників, виявляє неусвідомлене бажання принизити суперника та відкоригувати його поведінку [11].

- Акти, що загрожують негативному обличчю адресата, є вираженими за допомогою нетактовних запитань, порад, рекомендацій або заборони, наприклад:

De q valio esto? Quisiera tenerte en frente para preguntarte: De que valio cambiarle el nombre a Venezuela?.. Somos mas Venezolanos? De q valio cambiar la hora? ... mejoro el gobierno? De q valio cambiar la denominacion d la moneda?.. Arreglaste la economia? Una estrella mas a la bandera, sirvio para algo? ... Esa provincia q agregaste, vive mejor? Expropiaste las cementeras ... Hay mas cementos? Dirigiste miles de millones a misiones ... Vive mejor el venezolano? (Autor maracucha58) (14).

Стосовно актів загрози позитивному та негативному обличчю адресанта, ми вважаємо цю тему складною для дослідження, оскільки користувачі здебільшого анонімні та лише виражають свою думку або третіх осіб щодо отримувача повідомлення, а не стосовного власного обличчя.

Не всі лінгвісти розподіляють думку щодо “агонізуючого” поняття соціальних відносин, запропоновану Браун та Левінсон. Разом з актами, що загрожують обличчю, можливо вивчення актів, що підсилюють обличчя, та називаються мовленнєвими актами ввічливості. Ці акти є експресивними, оскільки їх ілокутивна мета визначається як вираження психологічного стану адресанта [5:82]. За своєю функцією, експресивні акти поділяються на різні типи. Ми проаналізували їх на прикладі текстів коментарів та блогів. Вони представлені наступними актами:

- 1) подяка:

QUE ALEGRÍA, GRACIAS PRESIDENTE! (Yudit Rivero del blog “Grande Bolívar”).

- 2) привітання:

[...] *le deseo lo mejor al pueblo de Bolivar y a la ex URSS.*
(Larry 141291)

- 3) звертання. Ми проаналізували, що у мовленнєвих актах коментарів переважно зустрічаються звертання загального характеру: *Cdte, comandante, querido presidente.*

Cdte ... !! Saludo revolucionario (Hector Rojo) (13).

- 4) комплімент. У поданому нижче прикладі, користувач виражає схвалення президента, підтримуючи і виражаючи захоплення його діями та словами:

QUIERO PEDIRLE CON TODAS LAS FUERZAS DE MI CORAZÓN QUE SE CUIDE MUCHO, POR FAVOR NO PERMITA UD. QUE NADA MALO LE PASE, PUES SERIA DESOLADOR NO CONTAR CON SU AMADA PRESENCIA PARA CONTINUAR IMPULSANDO A CONSTRUIR LA PATRIA SOCIALISTA QUE TANTO NECESITAMOS, MIL BESOS PARA UD., ATENTAMENTE (13).

Мовленнєві акти неввічливості визначаються як акти, ілокутивна мета яких не сприяє взаєморозумінню зі співрозмовником, що поділяються на неввічливі акти (*actos descorteses*) та не неввічливі акти (*actos no descorteses*) [5:117]. Ми проаналізували мовленнєві акти неввічливості та не неввічливості у коментарях та блогах щодо політичних особливостей Венесуели і дійшли висновку, що мовленнєві акти неввічливості представляють образу, спрямовану на владу країни Венесуели. Їх функція полягає у завданні шкоди обличчю адресата, наприклад:

Maldito dictador..que acabo con mi hermoso pais!..... (14). Також одні користувачі часто запобігають до акту образи інших коментаторів або блогерів, наприклад:

MIRA HIJO DE TUREPUTAMADRE COJIDA ... PENDEJO (15).

У даному прикладі частотним є вживання пейоративних прикметників з семою на підсилення образливого значення повідомлення, наприклад “*maldito*”, “*cojida*”.

Також у коментарях використовується такий стилістичний засіб як іронія з метою підсилення образи, наприклад:

[...] *me cagué de la risa gracias a tus comentarios infantiles e inmaduros PENDEJO* (15).

Акти не неввічливості є частотними для блогерів, але також вживаються і у коментарях. Ми зустріли вживання модалізаторів для

послаблення сили ствердження, з метою пом'якшення категоричності [3:171]. Наприклад:

creo que hugo esta diciendo lo que el ve, la economia de venezuela esta destruida, la libertad no existe, la persecucion es una forma de gobierno, esto que dice sion tesis, no es vida, el socialismo y todos lo gobiernos populares fallaron en todas las regiones del mundo, empiezan por eliminar la libertad de decidir (14).

Директивні акти мають на меті вплинути на інтенційну мовленнєву поведінку співрозмовника таким чином, щоб останній реалізував дію описану пропозиційним змістом висловлювання. Одним з них є заклик, що є мовленнєвим актом неввічливості за своєю граматичною структурою [5:147]. Розрізняють два типи актів, що в іспанській мові зливаються в один, а саме: прямий заклик, що полягає у сполученні прохання та наказу, що пояснюється орієнтованістю іспанської культури до солідарності і не є неввічливим [1:60]. Наприклад:

Despierta mi hermano! Esto es lo que quieren. Que nos matemos uno a otro☹ (13).

У текстах блогів та коментарях часто вживаними є дезактуалізатори, або іншими словами модальні та темпоральні частки, що встановлюють стратегічну дистанцію між автором та актом погрози [3:171].

Також вживаються альтернативні засоби або пом'якшувачі, які замінюють один елемент на інший для того, з метою зменшення сили погрози акту [3:169]. Найчастотнішим є час Imperfecto de Subjuntivo, що вживається з цією метою у текстах коментарів YouTube:

Quisiera tenerte en frente para preguntarte [...] (15)

Після ретельного аналізу записаних усних текстів блогу та коментарів YouTube, ми дійшли висновку, що учасники політичного дискурсу Венесуели, для вираження своєї думки та позиції або з метою досягнення ефективного результату для переконання адресата використовують акти ввічливості, що сприяють підсилюють позитивного обличчя адресанта. Всі тексти блогів складають мовленнєві акти ввічливості, оскільки вони були створені прихильниками політики венесуельського уряду Уго Чавеса. Для цього використовуються директивні акти прямого заклику (сполучення прохання та наказу), подяку, привітання, звертання та

комплімент. До актів невічливості та (не)неввічливості адресанти запобігають з метою загрози позитивного або негативного обличчя адресанта. Акти невічливості та не невічливості складають 70 % текстів коментарів YouTube. Найуживанішими актами невічливості є акти образи та вживання стилістичного прийому іронії. Щодо актів не невічливості, то їх особливістю є вживання модалізаторів, з метою пом'якшення сили акту погрози, та дезактуалізаторів (модальні та темпоральні частки) для встановлення дистанції між адресантом та погрозою.

Перспективними, на нашу думку, є дослідження та аналіз інших лінгво-дискурсивних та інших прагматико-когнітивних особливостей коментарів та блогів за політичною тематикою, що представлені у мережі Інтернет або у інших ЗМІ, для встановлення певних закономірностей, характерних для політичного дискурсу взагалі та його особливостей в залежності від типу ЗМІ, у якому він використовується.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Bravo D.* Pragmática Sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español / D. Bravo, A. Briz. – Barcelona : Ariel, 2004. – 397 p.
2. *Brown P.* Politeness: some Universals in Language Usage / P. Brown, S. Levinson. – Cambridge : Cambridge University Press, 1987. – 345 p.
3. *Calsamiglia Blancafort H.* Las cosas del decir. Manual del análisis del discurso / H. Calsamiglia Blancafort, A. Tusón Valls. – Barcelona : Ariel, 1991. – 386 p.
4. *Chilton P., Schäffner.* Politics as Text and Talk. Analytical approaches to political discourse / P. Chilton, Schäffner. – Amsterdam / Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2002. – 245 p.
5. *Haverkate H.* La cortesía verbal. Estudio pragmalingüístico / H. Haverkate. – Madrid : Gredos, 1994. – 245 p.
6. *Escandell Vidal M. V.* Introducción a la pragmática / M. V. Escandell Vidal. – Barcelona : Anthropos, 1993. – 297 p.
7. *Lakoff G.* Metaphors we live by / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago : The University of Chicago Press, 1980. – 242 p.
8. *Renkema J.* Introduction to Discourse Studies / J. Renkema. – Amsterdam / Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2004. – 363 p.
9. *Van Dijk T. A.* Ideología. Una aproximación multidisciplinaria / T. A. Van Dijk. – Barcelona : Gedisa, 1998. – 473 p.
10. *Yus F.* Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet / F. Yus. – Barcelona : Ariel, 2001. – 271 p.
11. *Демьянков В. З.* Интерпретация политического дискурса в СМИ [Электронный ресурс] / Валерий Закиевич Демьянков. – Режим доступа : <http://www.infolex.ru/SMI1.htm>.
12. *Ільченко О. М.* Етикет англомовного наукового дискурсу / Ольга Михайлівна Ільченко. – К. : ІВЦ Політехніка, 2002. – 288 с.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛА

13. <http://www.chavez.org.ve/chavez/lineas-chavez/grande-bolivar/>
14. <http://www.youtube.com/watch?v=OmCs4tbgwJg&feature=related>
15. http://www.youtube.com/watch?v=hpY5M_qDI2I&feature=related