


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Филологический факультет
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики
Направление подготовки 45.03.01 – Филология
Направленность (профиль) образовательной программы Преподавание филологических дисциплин (преподавание русского языка как иностранного и неродного)

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
И.о. зав. кафедрой
 Е.Г. Иващенко
«12» 06 2023 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Формулы речевого этикета в жанрах интернет-коммуникации

Исполнитель


студент группы 997-об


15.06.23
(подпись, дата)

Ю.О. Виноградова

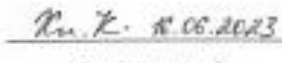
Руководитель

доцент, канд. филол. наук


15.06.23
(подпись, дата)

Г.М. Старыгина

Нормоконтроль

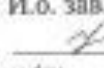

15.06.2023
(подпись, дата)

К.О. Ханмамедова

Благовещенск 2023

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Филологический факультет
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

УТВЕРЖДАЮ
И.о. зав. кафедрой
 Е.Г. Ивашенко
№ 10 / 10 2022 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента Виноградова Юлии Олеговны

1. Тема выпускной квалификационной работы: Формулы речевого этикета в жанрах интернет-коммуникации

(утверждена приказом от 13.05.2023 № 1245-ур)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 15.06.2023 г.

3. Исходные данные работы: интернет-коммуникация, интернет-этикет, мессенджер, речевое поведение, речевой этикет, рунет, сленг, социальные сети, электронный диалог, языковая игра

4. Перечень подлечащих разработок вопросов: рассмотреть теоретические основы исследования; изучить историю возникновения, правила и нормы речевого этикета; рассмотреть основные понятия и специфику интернет-коммуникации в различных формах и жанрах; проанализировать формулы речевого этикета в разных жанрах интернет-коммуникации (блог, чат, форум, жанр мгновенных сообщений, MUD или многопользовательская ролевая игра и др.); изучить проблему нарушения правил речевого поведения пользователями социальных сетей.

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.) 1 приложение


6. Консультанты (с указанием относящихся к ним разделов)
нет

7. Дата выдачи задания 20.10.2022, пр. №2

Научный руководитель работы: Старыгина Галина Михайловна, доцент, кандидат филологических наук,

(Фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата): 20.10.2022, пр. №2

Виноградова Ю.О. 
(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 81 с., 69 источников, 1 приложение.

ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯ, ИНТЕРНЕТ-ЭТИКЕТ, МЕССЕНДЖЕР, РЕЧЕВОЕ ПОВЕДЕНИЕ, РЕЧЕВОЙ ЭТИКЕТ, РУНЕТ, СЛЕНГ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, ЭЛЕКТРОННЫЙ ДИАЛОГ, ЯЗЫКОВАЯ ИГРА

В работе рассматриваются формулы речевого этикета в жанрах интернет-коммуникации. Целью работы является выявление и описание формул речевого этикета, используемых пользователями в ходе интернет-коммуникации (на примере социальных сетей ВКонтакте, Одноклассники, YouTube, WhatsApp, Telegram и др.).

Объект исследования – тексты сообщений пользователей интернет-пространства.

Предмет – формулы речевого этикета, применяемые пользователями при коммуникации в интернет-пространстве.

Основными методами, использованными в данной работе, являются метод научного наблюдения и анализа, описательно-аналитический метод, метод прагматического анализа стратегий и тактик коммуникации. На отдельных этапах исследования использовался также статистический метод.

Теоретическую основу исследования составляют работы М.М. Бахтина, Л.А. Введенской, А.А. Селютина, А.В. Бондарко, О.С. Иссерс, М.А. Кронгауза, Е.С. Кубряковой, В.А. Масловой, Т. Е. Янко, Т.Ю. Виноградовой, Т.Н. Колокольцевой и др.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические основы исследования	8
1.1 Речевой этикет: история возникновения, правила и нормы	8
1.2 Понятие интернет-коммуникации	30
1.3 Жанры интернет-коммуникации	36
2 Особенности интернет-коммуникации (на примере социальных сетей ВКонтакте, Одноклассники, YouTube, WhatsApp, Телеграм и др.)	41
2.1 Социальные сети в интернет-пространстве	41
2.2 Нормы и формулы речевого этикета в разных жанрах интернет-коммуникации	51
2.3 Проблема нарушения правил речевого поведения пользователями социальных сетей	63
Заключение	71
Библиографический список	75
Приложение А Материалы к выпускной квалификационной работе	82

ВВЕДЕНИЕ

29 октября 1969 года, в 21:00 по времени Лос-Анджелеса, произошло судьбоносное для всех современных людей событие – появился интернет. Интернет (англ. Internet) – информационно-коммуникационная сеть и всемирная система объединённых компьютерных сетей для хранения и передачи информации. Успешное развитие интернета во многом объясняется тем, что во второй половине 2010-х годов мировая сеть стала полномасштабной заменой всем классическим инструментам получения информации, связи и коммуникации.

На сегодняшний день самыми популярными интернет-ресурсами являются социальные сети (ВКонтакте, Одноклассники и т.д.), мессенджеры (WhatsApp, Viber, Telegram), разнообразные онлайн-игры с возможностью общения, а также видеохостинги (YouTube, RuTube и др.), которые часто называют «новым телевидением», «заменой телевидению» и т. д. К началу 2020 г. число пользователей достигло 4,5 миллиарда человек, что составляет более 50 % от всех жителей планеты¹.

Именно благодаря развитию коммуникативных служб интернета человечество сталкивается с новым типом личности – личностью, существующей в интернет-пространстве, обладающей сетевым мышлением.

Новое информационное пространство влияет на языковую ситуацию, складывающуюся в современной информационной реальности. Таким образом, можно говорить о появлении нового стиля – стиля интернет-общения, характерными чертами которого считаются гипертекстуальность, письменно-устная форма общения, спонтанность. Каждому стилю общения присущи правила и нормы ведения беседы, поэтому в интернет-общении есть свои нормы речевого этикета, помогающие пользователям сделать любой коммуникативный акт успешным.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что, несмотря на

¹ Сергеева Ю. Вся статистика интернета на 2020 год – цифры и тренды в мире и в России [Электронный ресурс] // WebCanape. URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy/> (дата обращения: 14.05.2023).

большое количество литературы, исследующей общение в интернете, правила речевого этикета в интернет-коммуникации недостаточно описаны и изучены.

Новизной данной работы является попытка анализа формул речевого этикета в различных жанрах интернет-коммуникации. Развитие технологий и интернет-коммуникаций оказывают важное влияние на формирование сознания людей, а значит, и речевого поведения, что представляет огромный интерес для филологии. Также новизна исследования связана с тем, что интернет-коммуникация стала новой формой существования современного русского языка, которую необходимо изучать.

Объект исследования – тексты сообщений пользователей интернет-пространства.

Предмет – формулы речевого этикета, применяемые пользователями при коммуникации в интернет-пространстве.

Целью работы является выявление и описание формул речевого этикета и правил речевого поведения пользователей в интернет-коммуникации (на примере социальных сетей ВКонтакте, Одноклассники, YouTube, WhatsApp, Telegram и др.).

Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть теоретические основы исследования;
- изучить историю возникновения, правила и нормы речевого этикета;
- рассмотреть основные понятия и специфику интернет-коммуникации в различных формах и жанрах;
- проанализировать формулы речевого этикета в разных жанрах интернет-коммуникации (блог, чат, форум, жанр мгновенных сообщений, MUD или многопользовательская ролевая игра и др.);
- изучить проблему нарушения правил речевого поведения пользователями социальных сетей.

Основными методами, использованными в данной работе, являются метод научного наблюдения и анализа, описательно-аналитический метод, метод праг-

матического анализа стратегий и тактик коммуникации. На отдельных этапах исследования использовался также статистический метод.

Теоретическую основу исследования составляют работы М.М. Бахтина, Л.А. Введенской, А.А. Селютина, А.В. Бондарко, О.С. Иссерс, М.А. Кронгауза, Е.С. Кубряковой, В.А. Масловой, Т. Е. Янко, Т.Ю. Виноградовой, Т.Н. Колокольцевой и др.

Материалом исследования стали текстовые сообщения пользователей различного объёма и содержания в разных жанрах интернет-коммуникации (сообщения, диалоги, обсуждения, комментарии, статусы, заметки, записи в микроблогах и др.), извлечённые из личных диалогов в мессенджерах, социальных сетях, а также из открытых ресурсов социальных сетей «ВКонтакте», «Одноклассники» и др., мессенджеров WhatsApp, Телеграм и др., а также из блогов Яндекс.Дзен и MUD (многопользовательской ролевой игры). Всего было проанализировано более 2500 сообщений, более 10 форумов, блогов и чатов.

Теоретическая значимость работы заключается в расширении теоретической базы исследований, касающихся норм речевого этикета и особенностей речевого поведения пользователей в ходе интернет-коммуникации.

Практическая значимость работы заключается в возможности применения результатов исследования при обучении филологов, журналистов и специалистов по связям с общественностью. Собранный текстовый материал в объёме 679 печатных страниц может быть использован в качестве ценной источниковедческой базы для других языковедческих исследований.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1 Речевой этикет: история возникновения, правила и нормы

Этикет, в том числе и речевой этикет, тесно связан с развитием человеческого общества, со становлением развитой языковой личности. Огромную роль в формировании этикета вообще сыграло становление государства как основной регулирующей взаимоотношениями людей в разных сферах системы общества.

С усложнением человеческих отношений в обществе усложнялся и язык. Все сферы жизни претерпели формализацию и нормализацию до такой степени. Различия между разными социальными слоями и группами проявились и в языке и речи. Стало очевидно, что общение в государстве и обществе перегружено огромным массивом несистематизированных и даже бессистемных норм и правил, которые вызывали путаницу и ошибки. С этого момента все правила, положения и устоявшиеся нормы начинают классифицироваться и систематизироваться – не только учёными, но и государством. Этот момент в развитии любого государства и общества можно считать зарождением системы норм и правил, которые регулируют и нормализуют поведение в обществе, то есть этикета. Этикет постепенно стал частью системы воспитания каждого члена общества, частью моральных правил или этики.

Этикет понимается как совокупность правил и норм поведения, регулирующих внешние проявления человеческих взаимоотношений, составная часть внешней культуры человека и общества. Он включает в себя обхождение с окружающими, поведение, манеры². Говоря иначе, этикет – это традиционные общепринятые правила поведения, которые касаются всех сфер общественной жизни человека.

Этикет зародился в Италии в XIV в., в период прекращения войн и развития культуры, образования и искусства. В России возникновение и развитие этикета связано с петровской эпохой – Пётр I решил преобразовать русские нравы в

² Кононенко Б. И. Этикет [Электронный ресурс] // Большой толковый словарь по культурологии. М., 2003. URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_culture/2624/%D0%AD%D1%82%D0%B8%D0%B-A%D0%B5%D1%82 (дата обращения: 25.03.2023).

соответствии с европейской традицией. Так, достижением этого времени является введение в общество женщины и, тем самым, особых функций в обществе как для мужчины, так и для женщины. Этикетное поведение мужчины по отношению к женщине и до сих пор составляет основу этикета.

Этикет представляет собой сложную систему материальных (физических, речевых) знаков, которые указывают на отношение говорящего к собеседнику, оценку собеседника и в то же время на оценку человеком себя, своего положения относительно собеседника³. Этикет предполагает обмен этими знаками между людьми в процессе их социального взаимодействия.

Как система, этикет включает в себя:

а) **этикет внешнего вида** – это принятые в обществе требования к внешнему виду членов общества, признаваемые образцовыми для тех или иных ситуаций (одежда, прическа, силуэт, цветовая гамма и др.);

б) **этикет поведения** – это совокупность действий людей в обществе, признаваемых образцовыми для тех или иных ситуаций (поведение людей в общественных местах, этикет отношений мужчины и женщины, юноши и девушки, детей и родителей, поведение в гостях, за столом, в семье, на танцевальном вечере и др.); делится на:

1) **этикет повседневного поведения**, которым должны владеть все члены общества;

2) **специальный этикет** (дипломатический, военный, международный, морской и др.), которым владеют только те члены общества, которые профессионально связаны с той или иной специальной областью деятельности;

в) **речевой этикет** – это система устойчивых формул общения, принятых обществом и предписываемых им для установления речевого контакта между собеседниками, поддержания или прерывания контакта в избранной тональности⁴; делится на:

1) **этикет устного общения**, который включает формулы вежливости и

³ Формановская Н. И. Вы сказали «здравствуйте». Речевой этикет в нашем общении. М., 1982. С. 4.

⁴ Речевой этикет // Большая Российская энциклопедия: в 35 т. / Отв. ред. С.Л. Кравец. М., 2015. Т. 28. С. 454.

правила ведения разговора (этикет общения);

2) *этикет письменного общения* – это формулы вежливости и правила ведения переписки (этикет переписки).

В русистике термин «речевой этикет» ввёл В.Г. Костомаров⁵, в научное изучение речевого этикета значительный вклад внесли Н.И. Формановская⁶, А.Г. Балаклай⁷, А.А. Акишина⁸, В.Е. Гольдин⁹. Проблемы речевого этикета изучаются в рамках таких дисциплин, как социалингвистика, стилистика, культура речи и прагматика.

В широком смысле речевой этикет регулирует успешную коммуникацию – например, выбор способа общения (городская или деревенская среда, молодёжная или взрослая среда, неформальное или формальное общение) и регистра общения (общение на «ты» или на «Вы»). В узком смысле речевой этикет включает в себя формулы приветствия и прощания, обращения, привлечения внимания, знакомства, благодарности, извинения, предложения, отказа и т.д. Такие формулы, как правило, выстраивают целые синонимичные ряды, что связано с вступлением в коммуникацию разных по социальным признакам людей при разных социальных взаимодействиях.

Данные особенности нашли отражение в определении термина «Речевой этикет» В.Е. Гольдиным: «Манера речи, стиль, разрешение или запрет говорить одно и не говорить другое, выбор лингвистических средств как признака принадлежности к окружающей среде – всё это заметно в наших повседневных речевых проявлениях»¹⁰. Также отличительной чертой речевого этикета является национальная специфика, которая связана с особенностями исторически сложившихся

⁵ Костомаров В. Г. Русский речевой этикет // Русский язык за рубежом. 1967. № 1. С. 56-62.

⁶ Формановская Н. И. Употребление русского речевого этикета. М., 1984. 191 с.; Её же. Речевой этикет и культура общения. М., 1989. 156 с.; Её же. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика. М., 2007. 478 с.; Её же. Русский речевой этикет: лингвистический и методический аспекты. М., 2020. 160 с.

⁷ Балаклай А. Г. Словарь русского речевого этикета: около 6000 этикетных слов и выражений. М., 2007. 767 с.

⁸ Акишина А. А., Формановская Н. И. Этикет русского письма: учебное. 8-е изд. М., 2016. 208 с.; Их же. Русский речевой этикет: практикум вежливого речевого обращения: учебное пособие для студентов-иностранцев. М., 2009. 181 с.

⁹ Гольдин В. Е. Этикет и речь. М., 2009. 115 с.

¹⁰ Гольдин В. Е. Этикет и речь. М., 2009. С. 12.

обычаев, ритуалов, невербальной коммуникации, узуального речевого поведения (использование пригодной для данной конкретной ситуации формы речи) и менталитета представителей того или иного региона, страны, общественного слоя и т.д. Национально специфичны и формы обращения. Таким образом, речевой этикет в целом – это часть этикета, связанная с общением людей. Он тесно связан с этикетом поведения и является особым видом поведения человека – коммуникативным поведением. Речевой этикет отличают особые признаки:

а) **ситуативность** – речевой этикет выражает определенное отношение говорящего к конкретному собеседнику в конкретной ситуации, в конкретный момент и в конкретном месте общения (то есть для каждой ситуации общения существует свой речевой этикет);

б) **регулятивность** – речевой этикет регулирует отношения между людьми, участвующими в общении, а именно – он распределяет коммуникативные роли, устанавливает статус собеседников и определяет тональность общения;

в) **согласованность** – речевые этикетные нормы выполняются согласованно всеми участниками общения;

г) **наличие коммуникативной рамки**.

В.Е. Гольдин указывает на наличие обязательных элементов, организующих акт этикетного общения в тех или иных ситуациях. Например, приветствие при появлении и прощание при уходе, вызов, «кто говорит», прощание при телефонном разговоре и т.д. Этикетные речевые акты предполагают стандартное начало и стандартное завершение. Этикетная информация неравномерно распределена в процессе общения: основные моменты обмена этикетной информацией начало и конец разговора, причем начало беседы более насыщено этикетной информацией¹¹.

Речевой этикет представляет собой широкую область коммуникационных стереотипов. Человек, в процессе воспитания и взросления, овладевает языком, усваивает этические нормы взаимоотношений в обществе, в том числе и речевые

¹¹ Гольдин В. Е. Обращение: теоретические проблемы. Саратов, 1987. С. 76.

нормы. Говоря иначе, человек овладевает культурой общения, что означает умение ориентироваться в ситуации общения, умение выстроить текст в соответствии с стилистическими нормами, овладение устной и письменной формами общения, а также – средствами невербального общения. В случае, если человек не овладел тем или иным элементом культуры общения, возникают нарушения норм и ошибки, а значит, коммуникация становится менее успешной или не может состояться вообще.

Речевой этикет соотносится с понятием «вежливость» или «этика», под которым понимается соблюдение правил приличия в обществе. Вежливость характеризует уважительное отношение к людям и соответствующее поведение человека, которое является повседневной нормой. Существуют различные виды вежливости и черты вежливости, которые составляют основу коммуникативной этики. Для этого существуют определённые средства выражения коммуникативной этики (приложение А).

Таким образом, речевой этикет – это система языковых (экстралингвистических и лингвистических) средств, которые выражают коммуникативную этику в языковой форме, а целью являются вежливые отношения между участниками общения. Для этого существуют формы речевого этикета, но употребление тех или иных форм речевого этикета зависит от каждой конкретной ситуации. Речевой этикет учитывает разные факторы:

а) **социальная роль участников общения** – социальный статус субъекта и адресата общения, профессия, национальность, религия, политические взгляды, возраст, пол, уровень владения языком общения и то, насколько близки собеседники (не знают друг друга, плохо знакомы, являются хорошими приятелями);

б) **коммуникативная роль**, которая зависит от цели общения;

в) **коммуникативная ситуации и факторы, её определяющие**;

г) **функция общения**;

д) **способ общения** (устный, письменный, комбинированный), который связан с временем коммуникации, продолжительностью и использованием тех или иных речевых формул.

Социальная роль участников общения является одним из важных факторов речевого этикета. Люди при взаимодействии друг с другом в обществе выполняют различные социальные роли. Социальная роль – это общественная функция человека, нормативно одобренная обществом, предусмотренный обществом образ поведения, ожидаемый обществом от каждого, кто занимает ту или иную социальную позицию¹² (например, один мужчина может быть отцом, сыном, зятем, взрослым, коллегой, знакомым, родственником, начальником, пешеходом, клиентом и т.д.). Социальные роли могут быть как постоянными, так и временными.

Существование в каждой социальной роли определяется особыми нормами поведения. Каждая роль вызывает социальные ожидания – правила поведения человека в определённой социальной роли определяются той социальной группой, к которой человек относится. Некоторые нормы являются нормами поведения, а некоторые – нормами общения. Нарушение ролевых ожиданий порождает негативную реакцию окружающих и создаёт впечатление невежливости, незнания и сознательного нарушения правил приличия. Всё это может вызвать конфликтную ситуацию.

По степени официальности роли делятся на:

– *официальные* – говорящий соответствует социальному статусу (врач, кондуктор, руководитель, официант и т.д.);

– *неофициальные* – говорящий следует не столько своему социальному статусу, а проявляет индивидуальность в поведении и общении (возлюбленный, игрок, друг и т.д.);

– *полуофициальные* – официальные отношения, в которых необходимо проявлять свою индивидуальность (супруги, родители, дети и т.д.), являются самыми сложными и чаще всего связаны с конфликтами и недопониманием.

Также в ситуации общения существуют не только социальная роль, но и

¹² Стернин И. А. Русский речевой этикет. Воронеж, 1996. С. 6.

коммуникативная роль – типовая позиция в процессе общения, занимаемая говорящим для достижения определенной цели¹³ (проситель – даритель, опытный – новичок и т.д.). Эффективное использование социальных и коммуникативных ролей является основой эффективного речевого воздействия и успешного общения.

Следующим важным фактором является **ситуация общения**. Ситуативность – самая важная черта речевого этикета, т. к. выбор этикетных форм и коммуникативное поведение человека должны изменяться вслед за изменением коммуникативной ситуации. Человек, вступающий в общение, должен владеть нормами речевого этикета – во-первых, знать нормы, необходимые для определённой ситуации, а, во-вторых, правильно их использовать и, в-третьих, уметь изменить своё коммуникативное поведение и использовать иные нормы речевого поведения в случае изменения коммуникативной ситуации.

При этикетном общении говорящие учитывают ряд факторов:

а) **тип ситуации:**

1) **официальная ситуация** (руководитель – подчинённый, учитель – учащиеся, клиент – служащий, незнакомые люди и т.д.), которая регулируется самыми чёткими нормами речевого этикета;

2) **неофициальная ситуация** (знакомые, влюблённые, друзья и т.д.). в которой наиболее свободные нормы речевого этикета или их отсутствие вообще;

3) **полуофициальная ситуация** (общение коллег, членов семьи), в которой сочетаются официальные нормы и отсутствие норм речевого поведения, свойственное для неофициальной ситуации общения; нормы речевого этикета носят размытый характер, большую роль играют групповые этикетные нормы, принятые в коллективе, семье или сообществе.

б) **степень знакомства собеседников:**

1) **общение незнакомых людей**, которое регламентируется наиболее жёсткими нормами речевого этикета;

2) **общение малознакомых людей;**

¹³ Стернин И. А. Русский речевой этикет. Воронеж, 1996. С. 8.

- 3) *общение коллег;*
- 4) *общение знакомых;*
- 5) *общение друзей и семьи.*

в) **психологическая дистанция** – отношения «равных» и «неравных» по какому-либо признаку людей (возраст, степень знакомства, служебное положение, пол, профессия, место проживания и т.д.).

г) **функция участия собеседников:**

1) *контактная функция* – реализуется при коммуникации, направленной на поддержание разговора с собеседником в процессе светского и фатического общения (общение, при котором сам процесс общения важнее содержания или результата); формулы речевого этикета и правила общения соблюдаются строго;

2) *интеллектуальная функция* заключается в аргументации точки зрения, в высказывании своих мыслей и анализе мыслей собеседника; в общении важен результат, а нормы речевого этикета соблюдаются, но не имеют главного значения;

3) *эмоциональная функция* заключается в поддержке чувств и эмоций собеседника, сочувствии и выражении своих чувств и эмоций; при общении допустимы отклонения строгих норм, а в определённых ситуациях имеет свой речевой этикет;

4) *функция наблюдателя* реализуется в том случае, когда субъект не участвует в общении, а лишь присутствует при общении других (например, свидетель разговора на улице); речевой этикет сведён к минимуму – отказ от участия в разговоре и невербальная демонстрация того, что субъект не слышит разговор.

д) **отношение к собеседнику** – влияет на выбор этикетных формул или отказ от них, использование неэтикетных выражений, на выбор темы и соблюдение правил общения. Речевые формулы и единицы, которые показывают различные оттенки отношения к собеседнику, отличаются стилистически и эмоционально. Существуют и нейтральные этикетные формулы, выражающие нейтральное,

эмоционально-неокрашенное отношение. Речевой этикет требует вежливого общения, вне зависимости от реального отношения к собеседнику.

е) **характеристика адресата** – возраст, пол и внешний вид человека, к которому обращена речь, влияют на выбор тех или иных формул речевого этикета.

ж) **место и время общения** – данные формулы обусловлены культурной традицией народа и являются частью культуры, выражаются определёнными этикетными ритуальными фразами (например, «горько» на свадьбе, «приятного аппетита» при приёме пищи, «с лёгким паром» в бане, «спокойной ночи» при отправлении ко сну, «хорошей дороги» в момент отъезда и т.д.).

Таким образом, речевой этикет тесно связан с ситуацией общения – выбор формул речевого этикета, реализация правил общения ситуативна и зависит от целого ряда факторов.

Речевой этикет в коммуникации выполняет ряд важных функций. Во-первых, это **установление контакта между людьми** – привлечение внимания собеседника, знакомство. Во-вторых, это **поддержание установленного контакта** в непосредственном процессе общения. Важной функцией является и **демонстрация вежливого отношения к собеседнику**, которая реализуется с помощью форм обращения, извинения, благодарности, просьбы и т.д. Речевой этикет **регулирует поведение людей в обществе** с помощью соблюдения норм и правил и через раскрытие социальных ролей участников. Речевой этикет становится инструментом **профилактики конфликтов**, а соблюдение норм речевого этикета является средством речевого воздействия на собеседника.

Употребление и состав тех или иных формул речевого этикета зависят от **национальных особенностей**. К универсальным чертам речевого этикета разных стран и народов относятся общие принципы этикетного общения – сдержанность, вежливость, использование стандартных речевых формул в стандартных ситуациях общения. Но речевое воплощение в каждой лингвокультурной общности имеет свою специфику и своё речевое и поведенческое выражение. Также различается и набор стандартных коммуникативных ситуаций, а при совпадении

ситуаций возможно разное этикетное наполнение (например, ты-/вы-формы в русском языке, только вы-форма в английском языке, большое количество разнообразных форм в зависимости от социальной роли и характеристики адресата в азиатских языках).

Основные требования русского речевого этикета строятся на определённых правилах, которые в свою очередь подразделяются на нормы и традиции. **Нормы речевого этикета** – это обязательные для выполнения правила, невыполнение которых привлекает внимание окружающих и вызывает их осуждение (например, здороваться при встрече или начале коммуникации, выражение благодарности за услугу, извинение за проступки, использование в речи цензурной лексики и т.д.). **Традиции общения (этикетные традиции)** – это необязательные правила, которые сложились исторически и их принято придерживаться (например, обращение к теще и свекрови «мама», общение в длительной поездке и т.д.).

Особенностью русского речевого этикета является небольшое количество норм и большое количество традиций. Из-за этого русский речевой этикет не является строгой системой правил и норм, он более ситуативен, чем в других языках мира. В русском языке есть общие требования речевого этикета, выполнение которых принято во всех коммуникативных ситуациях вне зависимости от того, кто участвует в общении, где и в какой момент времени. Также существуют требования к соблюдению речевого этикета в конкретных ситуациях – приветствия, прощания, приёма гостей, принесения соболезнования и т.д.

Речевые формулы являются основой речевого этикета и зависят от особенностей общения. Любой законченный коммуникативный акт имеет три основных части – начало, основную и заключительную части. В связи с этим формулы речевого этикета также можно разделить на три основных группы:

- формулы речи для начала общения / знакомства / приветствия;
- речевые формулы, используемые в процессе общения;
- формулы речи для завершения общения.

К первой группе, *формулам речевого этикета в начале общения*, относятся обращение и приветствие.

При выборе форм приветствия и обращения к собеседнику участники общения должны учесть основные факторы: *тип ситуации* (официальная, неофициальная, полуофициальная); *степень знакомства собеседников* (незнакомые, малознакомые, хорошо знакомые); *отношение к собеседнику* (уважительное, почтительное, нейтрально-вежливое, фамильярное, дружески-неофициальное и др.); *характеристику говорящего и адресата; место и время общения*.

Официальные и неофициальные встречи знакомых, а иногда и незнакомых людей начинаются с *приветствия*. В русском языке основное приветствие – «здравствуйте» или «приветствую» (если собеседники на «вы»), «здравствуй» или «привет» (для неформального общения, если собеседники на «ты»). Распространённым является приветствие, в котором содержится информация, указывающая на время суток, в которое происходит общение: «Доброе утро!», «Добрый день / вечер!», «Доброй ночи!», «Доброго времени суток!» (сочетание прилагательного «добрый» и указания времени суток).

Помимо общеупотребительных приветствий существуют приветствия, которые подчеркивают радость от встречи, уважительное отношение, желание общения: «(Очень) рад вас видеть!», «Добро пожаловать!», «Моё почтение».

В слэнге разного рода социальных групп могут встречаться свои собственные варианты приветствия:

- «Доброго здоровья (здоровычка)!» (приветствие у более возрастных собеседников),
- «Здорово!» (приветствие среди мужчин),
- «Здравия желаю!» (приветствие в военной сфере),
- «Наше вам (с кисточкой)!» (ироничное приветствие, выражение вошло в широкий обиход из жаргона парикмахеров)¹⁴,

¹⁴ Наше вам с кисточкой (синоним «добрый день!») – выражение вошло в широкий обиход из жаргона парикмахеров. В литературе: «– Ой, Яшенька! Наше вам с кисточкой! Как ви себя имеете? Говорят, вы удачно женились? Кто познакомил вас с вашей женой?» (Толстой А. «Хождение по мукам») // Котов-Померанченко В. Язык Одессы. Слова и фразы. Одесса: Optimum, 2013. 167 с.

– «Салют!» (приветствие, исторически имеющее несколько вариантов происхождения: от латинского и французского «здоровье», «привет»; у военных – торжественная форма приветствия ружейными или артиллерийскими залпами; у танцоров – вступительная часть поклона, т. е. приветствие, состоящее в снятии шляпы, после которого идет сам поклон; в Советском Союзе – пионерское приветствие, при котором кисть правой руки с сомкнутыми пальцами поднимается над головой)¹⁵,

– «Сколько лет, сколько зим!» (разговорное, неизменяемое приветствие, основанное на пословице; эмоциональное выражение при встрече с кем-либо, кого давно не видел, с кем давно не встречался)¹⁶,

– «Хаяюшки!», «Хэло!», «Хай!» (заимствование из английского языка от «Hi!» и «Hello!»):

– «Прив», «Привчёдел» (в молодёжной среде, в социальных сетях, мессенджерах и онлайн-играх; распространены и в мем-языке) и т.д.

В случаях, если участники коммуникации не знакомы друг с другом, то общение начинается со знакомства. **Знакомство** может произойти прямо (инициатива исходит от собеседников) или косвенно (знакомство с третьих лиц). В первом случае используются следующие формулы: «Разрешите представиться», «Давайте познакомимся» и т.д.; во втором случае: «Знакомьтесь, это...», «Разрешите представить Вас друг другу» и т.д.

Далее следует непосредственно представление, которое также зависит от ситуации общения (например, на официальном мероприятии собеседник может назвать своё имя, отчество, фамилию, должность и компанию, которую он представляет; на быстрых свиданиях человек может ограничиться именем и возрастом; на терапии – именем и проблемой; в детском лагере – именем, городом и классом и т.д.).

¹⁵ САЛЮТ [Электронный ресурс] // Исторический словарь галлицизмов русского языка. М., 2010. URL: http://www.ets.ru/pg/r/dict/gall_dict.htm (дата обращения: 23.03.2023).

¹⁶ Быстрова Е. А., Окунева А. П., Шанский Н.М. СКОЛЬКО ЛЕТ, СКОЛЬКО ЗИМ // Учебный фразеологический словарь. М., 1997. С. 913.

Следующая группа формул – *формулы обращения*. Оценив каждый фактор, участники коммуникации могут выстраивать линию или стратегию разговора с применением уместных для данного случая формул обращения.

Обращение играет важную роль в структуре речевого этикета и выполняет две функции – привлечение внимания собеседника к партнёру по общению (функция привлечения внимания) и характеристика того, к кому мы обращаемся, и нашим отношениям с этим человеком (функция социальной характеристики).

Речевой этикет требует такого использования обращений, которое соответствовало бы той коммуникативной ситуации, в которой находятся общающиеся, соответствовало бы принятым для этой ситуации, этой расстановки ролей нормам общения.

Особое место в речевом этикете обращения занимают *формы «ты» и «вы»* – местоимения, замещающие собственно название лица, а также употребление *местоимения «он»*, когда речь идет о третьем лице, не участвующем в общении.

Форма «вы» употребляется преимущественно в официальных ситуациях общения и по отношению к незнакомому человеку. Обращение на «вы» используется при нейтрально-вежливых, подчеркнута сдержанных почтительных отношениях участников общения: к людям старше по возрасту, к занимающим более высокое служебное положение, к педагогам, к незнакомым людям (в том числе в различных учреждениях – магазин, больница и т.д.), к подчинённым и к нескольким людям одновременно.

Форма обращения «ты» преимущественно используется в неофициальных ситуациях общения (дома, на отдыхе, на работе при неофициальном общении коллег, в общении друзей). Форма «ты» употребляются с близкими знакомыми, может использоваться при обращении старших к младшим или в детской и молодёжной среде (общение происходит на равных).

Грубейшим нарушением речевого этикета, демонстрацией неуважения к собеседнику является обращение на «ты» младшего к старшему незнакомому че-

ловеку, а также обращение взрослых незнакомых друг к другу или к обслуживающему персоналу учреждений.

Большое этикетное значение имеет возможность перехода партнёров по общению с одной формы обращения к другой. Такой переход знаменует важные изменения в отношении людей друг к другу. Переход с «вы» на «ты» знаменует переход от сдержанно-нейтральных к дружеским отношениям партнёров по общению. Односторонний переход на «ты» – нарушение этикета, т. к. воспринимается как проявление бесцеремонности, доминантности, попытки продемонстрировать подчинённое положение собеседника.

Переход с «ты» на «вы» тоже возможен. Такой переход может означать либо ухудшение отношений между собеседника и может быть следствием обиды, нанесённой одним из них другому, либо возможен при общении в официальной обстановке группы людей, некоторые из которых могут быть в неофициальной обстановке друг с другом на «ты» (смена неофициальной ситуации на официальную).

Местоимение «он» используется для называния того, кто не участвует в общении. В русском речевом этикете существует важное правило, ограничивающее употребление местоимения «он» в ситуации непосредственного общения: нельзя говорить «он» о том, кто присутствует при общении и слышит разговор либо участвует в этом разговоре.

Наиболее частыми ошибками и *нарушением речевого этикета в употреблении форм «ты», «вы» и «он»* являются:

- слишком быстрая попытка перейти на «ты» с собеседником;
- обращение к незнакомому собеседнику среднего или старшего возраста сразу на «ты»;
- асимметричное обращение: использование «ты» в адрес того, кто не может ответить на «ты»;
- употребление местоимения «он» в отношении человека, участвующего в разговоре.

Таким образом, в русском речевом этикете официальная обстановка, обращение к незнакомому или уважаемому человеку предполагает использование вежливого «вы» и обращение по имени и отчеству. Употребление «ты» применимо по отношению к близким людям и приятелям (супругам, детям, друзьям).

В случае необходимости обращения к незнакомому человеку некоторые слова опускаются (например, слова приветствия), и инициатор общения использует **готовые формулы**, в которых не называет собеседника: «*Простите...*», «*Не подскажете*», «*Позвольте узнать...*», «*Не могли бы вы помочь...*», «*Будьте добры, скажите...*». Нарушением нормы является дерзкое и фамильярное обращение «*Эй...*», «*Слышь, подскажи, как пройти...*» и т.д. Официальное обращение в армии предполагает строгую уставную формулу: «Товарищ + звание + разрешите обратиться»: «*Товарищ майор, разрешите обратиться*». Существует ограничение на обращение к младшему по званию в присутствии старшего по званию: положено обращаться к старшему по званию за разрешением на обращение к младшему по званию: «*Товарищ майор, разрешите обратиться к товарищу лейтенанту!*».

Человек, к которому обратились, согласно этикету, обязан отреагировать на обращение, показать, что он «принял» обращение. Для этого используются **формулы ответа на обращения**. Этикет ратует либо за удовлетворение просьбы собеседника, либо за мотивированный отказ в вежливой форме («*Простите/извините, я не знаю*»). Такие формулы относятся к нейтрально-вежливому регистру общения. Эти же формулы без слов «простите» или «извините» демонстрируют пониженный уровень вежливости.

Дружески-неофициальный регистр общения может включать такие ответы: «*Простите, не скажу*», «*Не скажу, извините*», «*Простите не могу сказать*», «*Простите, я не в курсе*», «*Простите, не могу помочь*».

Иногда при обращении возникает необходимость продемонстрировать готовность ответить. Это происходит тогда, когда обратившийся промедлил с вопросом после обращения. Например, «*Простите, пожалуйста...*» (*пауза*). В этом случае обратившийся может ожидать сигнал, поощряющий его к просьбе

или вопросу. Этикет требует, чтобы такой сигнал был подан: «Да, пожалуйста», «Простите, что вы спросили?», «Что, простите?», «Да-да?», «Да, слушаю вас», «Вы меня?», «Вы ко мне?». Эти формулы характерны для нейтрально-вежливого регистра. Несколько пониженной степенью вежливости характеризуются формулы: «Да?», «Слушаю вас», «Что?», «Я вас слушаю».

Требованиям нейтрально-вежливого регистра отвечают следующие формулы: «Простите, не расслышал», «Извините, пожалуйста, я вас не расслышал», «Простите, я вас не понял», «Простите, что вы сказали?». Они используются для этикетного переспрашивания.

Фразы «Чего?», «Что?», «Что вы хотите?», «Что вам нужно?» демонстрируют пренебрежительное отношение к собеседнику и носят не этикетный характер.

Рассмотренные формулы начала общения являются косвенными обращениями. Их основная функция – это привлечение внимания, установление контакта, но фактически они представляют собой и обращение к собеседнику.

Помимо основных формул обращения используются различные варианты: – **специфических обращений**, когда употребляются прямые слова-обращения, относящиеся непосредственно к конкретному лицу / лицам («Друзья», «Товарищи!», «Комрады!», «Господа и дамы!», «Дружочки-пирожочки» и т.д.) либо объединяющие людей по какому-либо социальному признаку («родители», «коллеги», «директора» и т.д.);

– **именных обращений**. В русском языке есть полные имена – Елена, Татьяна, Александр и др., сокращенные или краткие имена – Лена, Таня, Саша и др., а также уменьшительно-ласкательные формы – Леночка, Танюша, Сашенька и др. Обращение по полному имени характерно для официального регистра общения, используется в официальной или полуофициальной обстановке общения, выражает подчеркнуто сдержанное отношение к собеседнику и чаще всего используется для серьёзного разговора, в котором необходимо сделать замечание собеседнику. Краткие формы имен используются в дружески-неофициальном

общении со знакомыми, родственниками одного возраста, в неофициальном общении, демонстрируют дружески-неофициальное отношение к партнёру; адресуются лицам своего возраста и младше. Уменьшительно-ласкательные формы, характеризующие дружески-неофициальный регистр общения, выражают ласковое отношение к собеседнику, используются преимущественно в неофициальных ситуациях, адресуются знакомым людям одного с говорящим возраста или младше.

Существуют также грубовато-фамильярные формы личных имен (*Колька, Танька, Витька, Ленка*). Эти формы обращения широко используются детьми в школе при общении друг с другом в неофициальных ситуациях при равных отношениях друг с другом, а также при упоминании друг о друге в разговоре.

Для русского общения обращение по имени и отчеству, на «вы» – это традиционный способ обращения к взрослым в нейтрально-вежливом регистре. В данном случае допустимо обращение с помощью использования укороченной формы имени и отчества (например, *Мария Ивановна – МарьяИванна, Федор Семёнович – ФедСемёныч*). В исключительных случаях допускается название только по отчеству (*Михалыч, Семёновна*) или по фамилии при обращении к конкретному лицу (в армии, школе, в больницах): «*Петров, к доске!*», «*Боец Сапогов, шаг вперёд!*», «*Третьякова, на процедуры*» и т.д. Правила речевого этикета также не запрещают называть собеседников, указывая на их должность, но используются такие формулы весьма ограниченно.

Есть разновидность обращений, которые начинаются с прилагательных «*дорогой (-ая / -ие)*», «*уважаемый (-ая, -ые)*» и т.д. (например «*Уважаемая Авдотья Михайловна!*», «*Дорогие Александр и Марина!*»).

В русском общении существуют многочисленные просторечные и неприличные обращения, широко распространенные в малокультурной среде. Такие обращения к незнакомым и знакомым людям, как «*Эй!*», «*Эй ты!*», «*Але!*», «*Красавица!*», «*Мамаша!*», «*Папаша!*», «*Эй, мать!*», «*Эй, отец!*», «*Земляк!*», «*Мужик!*», «*Парень!*», «*Малый!*», «*Слышь, ты!*», «*Мадам!*» и другие, находятся за пределами речевого этикета, употребления их в речи следует избегать.

Второй группой речевого этикета являются речевые формулы, используемые в процессе общения. В первую очередь, речь идёт о **формулах вежливости и понимания**. После приветствия начинается непосредственно общение, разговор. В рамках речевого этикета строгие правила имеют такие типичные ситуации – торжественная, рабочая и скорбная.

Торжественный тип общения включает разнообразные поводы: государственные праздники, получение наград, юбилеи организаций и людей, дни рождения, именины, знаменательные даты для семьи и её членов, презентация, открытие какого-либо объекта, заключение договоров, создание новой организации и т.д.

Для любого подобного события предусмотрены свои формулы приглашения и поздравления. Для официальных, полуофициальных и неофициальных мероприятий клише приглашения и поздравления могут отличаться.

Например, **формулы приглашений** могут строиться следующим образом:

– с использованием словосочетания «позвольте пригласить» / «хочу пригласить (например, *«позвольте приехать к вам...»*, *«Хочу пригласить Вас на мой сегодняшний прямой эфир...»*¹⁷);

– с использованием слов «приглашаю» / «приглашаем» (например, *«Друзья, приглашаем вас на Котоквиз, который состоится...»*, *«В рамках II городского фестиваля “Город в цвете” приглашаем садоводов на лекцию-презентацию...»*, *«Управление образования и управление культуры администрации города Благовещенска приглашает Вас присоединиться к акции и написать пробный ЕГЭ...»*¹⁸);

– со словом «приходите» (например, *«Дорогие друзья, хотела информировать вас о финальном нетворкинге в Благовещенске! Приходите заводить новые полезные контакты!»*, *«Приходите в наш двор на праздник!»*¹⁹).

Поздравления, как и другие формулы речевого этикета в ситуациях межличностного общения, должны быть прежде всего правильными и уместными и

¹⁷ Из собранного автором материала.

¹⁸ Там же.

¹⁹ Там же.

зависеть от факторов, приведённых выше (тип ситуации, характеристика коммуникативных партнёров и т.д.). Поздравление – это общественный ритуал выражения радостных эмоций и уважения, поэтому сугубо личные вопросы и темы для получателя не должны звучать в публичных поздравлениях. Формулы поздравления отличаются выражением эмоций (например, *«Девчонки, ещё раз от всей души поздравляю!»*, *«Поддерживаю Евгению и присоединяюсь к поздравлениям...»*, *«Поздравляем с профессиональным праздником, служители культуры!»*, *«Радуемся за вас и поздравляем»*, *«Поздравляю вас с вашим прекрасным праздником – днём вашего рождения»*, *«Драгоценные женщины, любимые и прекрасные, разрешите поздравить вас с этим прекрасным весенним праздником, посвящённым вам и только вам»²⁰*).

Скорбный тип ситуации предполагает выражение соболезнования в связи с каким-либо событием, принесшим несчастье или горе (как правило, смерть или болезнь близкого человека). Формулы соболезнований стилистически возвышены и эмоционально окрашены: *«Примите самые искренние соболезнования. Светлая память»²¹* и т.д.

В деловой повседневной среде (бизнес-встречи, рабочие отношения и т.д.) используются свои характерные формулы речевого этикета – непосредственно в рабочем процессе, на совещаниях, различных мероприятиях возникает необходимость общения, благодарности и порицания, обмена информацией и комментариями, дать совет, внести предложение, спросить или ответить, запретить или отказать и т.д. Например, выражение благодарности может строиться следующим образом: *«Спасибо команде, работавшей на мероприятии сегодня! Отдельные слова благодарности Яне Ивановне Круглой за включённость в процесс подготовки и профессионализм! Поздравляю всех с заслуженными наградами»²²*. Благодарность может выражать как непосредственно руководитель от своего лица, либо от лица всей организации, административного состава, либо от лица вышестоящих руководителей. Кроме официальных благодарностей, в повседневном

²⁰ Из собранного автором материала.

²¹ Там же.

²² Там же.

рабочем общении используются и стандартные неофициальные формулы благодарности: «спасибо», «Вы очень добры», «не стоить благодарить», «будьте любезны», «пожалуйста» и т.д.

В процессе общения на работе сотрудникам могут быть сделаны замечания и предупреждения. Например: «Уважаемые руководители! Прошу обратить внимание, что в последнее время участились проверки организаций контролирующими органами, прокуратурой и т.д. На проверку приходят без предупреждения, выходят в организацию в тот же день с распоряжением о проверке. Проверьте организацию работы по охране труда, по работе с персональными данными, где предусмотрены огромные штрафы, и т. д.»²³.

Также важным преимуществом человека в общении является умение делать красивые и подходящие комплименты. Тактично и своевременно комплимент поднимает настроение адресата, настраивает его на позитивное отношение к собеседнику, его предложениям и общему делу.

Как правило, комплимент произносят в начале разговора, на встрече, при знакомстве, расставании или во время разговора. Он может касаться внешнего вида, отличных профессиональных способностей, высоких моральных стандартов, умения общаться и содержать общую положительную оценку: «Вы хорошо выглядите», «какие Вы умные», «Вы прекрасный специалист», «Вы отлично справляетесь со своими обязанностями», «приятно иметь с Вами дело» и т.д.

Частью общения может стать обмен мнениями и даже дискуссия. Для общения в данном ключе необходима сформированная культура критики – как высказывания, так и принятия критических комментариев и замечаний. Критика высказываний оппонента не должна касаться его личных качеств, способностей, характера и должна содержать конструктивные аргументы.

В конце коммуникации используются **формулы речи для завершения общения**. В конце общения собеседники подводят итоги и прощаются. Многие речевые формулы выражают надежду на дальнейшее общение или скорую встречу. Например: «До свидания!», «Надеюсь на новую встречу», «До вечера / завтра /

²³ Из собранного автором материала.

выходных!» и т.д. При окончательном расставании используются иные формулы: *«Прощай!»*, *«Вряд ли увидимся снова!»* и т.д. Также при расставании и прощании существуют формулы напутствий: *«Всего наилучшего Вам!»*, *«Хорошей дороги!»*, *«Будьте здоровы!»* и т. д.

В современном русском языке для прощания используется междометие *«пока»*, а также сленговые заимствования из других языков: *«Бай!»*, *«Адъё!»*, *«Чао!»* (хотя у этого слова в оригинале значение приветствия), *«Ариведерчи!»* и т. д.

В отдельные группы можно выделить **формулы благодарности, просьбы и извинения**. Для выражения благодарности существует набор специальных этикетных слов и словосочетаний: *«спасибо»*, *«большое спасибо»*, *«благодарю Вас»*, *«очень признательна»* и т.д.

Немаловажную роль в русском речевом этикете играют формулы просьбы и приглашения. Самое употребительное в русском языке слово для выражения просьбы – это *«пожалуйста»*. Вообще формулы русского речевого этикета, выражающие просьбу, весьма разнообразны. Просьба может быть выражена в форме приказа, требования, совета, рекомендации, мольбы, прощения, заявления и прошения (или петиции).

Подвести разговор к просьбе можно через использования различных приемов:

- этикетного предварения (*«Вы, наверное, очень заняты, но позвольте попросить...»*);
- мотивировки просьбы (*«Лишь вы в силах мне помочь»*);
- основной части (*«Вас не затруднит...?»*, *«Окажите любезность...»*, *«Простите, не могли бы вы...»*).

Но не всегда просьбу можно выполнить, для вежливого отказа используются формулы извинения. Это, прежде всего, вводные слова со значением сомнения, сожаления, раздумья: *«может быть»*, *«возможно»*, *«наверное»*, *«к сожалению»* и т.п. Также формулу «извините» или «простите» (иногда с добавлением вежливого «Пожалуйста») используют в случае совершения небольшого

проступка. Вина большего масштаба требует от человека употребление исключительно формулы «простите» и её производных (например, «*прошу прощения за ...*»). Формулы извинения применяют не только в случае искупления вины, но и во время обращения к кому-либо («*Извините, не подскажете, где находится...*», «*Простите, не могли бы вы пройти немного вперед?*»).

Отличительная особенность семантики этикетных слов и выражений заключается в том, что они не столько называют понятия, сколько постоянно воспроизводятся в типовых ситуациях.

Речевой этикет в узком смысле – это формулы, которые обеспечивают общение в этой среде среди этих людей, включение в речевой контакт. В широком смысле – это все правила речевого поведения, все речевые разрешения и запреты, связанные с социальными признаками говорящих и ситуацией, с одной стороны, и стилистическими ресурсами языка, с другой. Для этого необходимо соблюдать коммуникативные императивы и учитывать речевые расстояния и табу.

Не менее важно соблюдать **коммуникативные табу**. Коммуникативное табу – это запрет на употребление слова, выражения, фразы в какой-либо ситуации, либо запрет на затрагивание, обсуждение определенных тем, проблем в тех или иных ситуациях. Табу также бывают речевыми и тематическими. Так, употребление грубых, нецензурных выражений – это речевые табу, обсуждение желудочно-заболеваний за столом – тематическое табу и др.

Речевой этикет характерен не только для устного общения, но и для письменного общения и интернет-коммуникации. Но нормы речевого этикета в интернет-пространстве видоизменяются. Существует целая проблема нарушения правил речевого этикета пользователями социальных сетей, которую необходимо рассмотреть и выявить закономерности. Попытка анализа проблемы нарушения и существования правил речевого этикета в интернет-коммуникации будет проведена в данном исследовании.

1.2 Понятие о интернет-коммуникации

Интернет-коммуникация является неотъемлемой частью жизни любого со-

временного человека. Несомненно и существование общих правил и норм речевого поведения, которые соблюдаются при общении в интернете. Они во многом зависят от специфики общения в рамках определённого этноса, но в большей степени от сложившихся правил и способов общения в сети. Так, исследователь О.А. Катеринич указывает на теснейшую связь интернет-коммуникации как феномена культуры со сложившимися ценностными признаками в рамках языковой картины мира отдельного народа и индивида в частности²⁴.

Сторонники когнитивно-семантического подхода к определению понятия интернет-коммуникации определяют её как явление, связанное с фреймами, сценариями, ментальными схемами, когниотипами и адресованностью (иначе – различными моделями репрезентации общения в сознании)²⁵.

Лингвист Е.С. Кубрякова, последователь когнитивно-семантического подхода, даёт следующее определение понятию «интернет-коммуникация» – это «когнитивный процесс, направленный на реальное речепроизводство, создание речевого произведения, текст же рассматривается как конечный результат процесса коммуникативной деятельности, принимающей в результате определенную законченную фиксированную форму»²⁶. Интернет-общение адресатно и интерактивно, партнёры находятся во взаимодействии – они разделяют или нет знания, мнения, установки, оценки ситуации и т.п. Интернет-коммуникацию также отличает специфика использования языковых средств, которые придают тексту статичность / динамичность, не- / контролируемость, целостность / моментальность, длительность / повторительность, причинную обусловленность / спонтанность и т.д.²⁷.

Кроме собственно лингвистических трактовок понятия «интернет-коммуникация» есть социолингвистические интерпретации. Например, структуралисты и постструктуралисты, среди которых Ю. Кристева, говорят о том, что сферу интернет-общения, обусловленную личными интересами и предпочтениями,

²⁴ Катеринич О. А. Этносфера и проблемы межкультурной коммуникации. Ростов-на-Дону, 2013. 175 с.

²⁵ Коммуникация в Интернете [Электронный ресурс]. URL: <https://narfu.ru/university/library/books/0708.pdf> (дата обращения: 15.03.2023).

²⁶ Кубрякова Е. С. В поисках сущности языка: когнитивные исследования. М., 2012. С. 24.

²⁷ Там же. С. 24.

предопределяет и мотивирует способ общения²⁸. Принадлежность интернет-коммуникации к какой-либо узкой области знания зависит от включённых в общение субъектов социального действия, которые могут быть конкретными, групповыми или абстрактными.

Каждый язык состоит из множества элементов, которые реализуются в речи в сопоставлениях, связях и противопоставлениях. Особенности этой реализации выражаются с помощью понятия «макроструктура коммуникации», которое ввёл Т. ван Дейк. Макроструктура коммуникации – это обобщенное описание основного содержания общения, которое адресат строит или достраивает в процессе понимания²⁹. Отличительной частью интернет-общения, согласно работам Т. ван Дейка, является «размытость», которая обусловлена необходимостью постоянно переоценивать сложившуюся концептуальную картину мира, а также – неопределённостью локализации интернет-общения в иерархии категорий и модусов существования языка³⁰. В качестве характерных черт интернет-общения Т. ван Дейк выделяет интересы, цели и стили на уровне тех или иных макроструктур.

Таким образом, интернет-коммуникация – это разновидность коммуникации людей с помощью глобальной сети интернет, когнитивный процесс межличностного характера, адресованный в непосредственном общении одному адресату (чат-общение) или в обращении одного автора интернет-текста к небольшой или широкой группе людей, использующих интернет для обсуждения тех или иных важных вопросов³¹.

Чертами интернет-коммуникации являются:

– *подготовка понимания* – процессы между автором сайта или блога и читателем. Каждый отдельный текст социальных сетей – это диалог между авторами и другими пользователями, адресант стремится ориентироваться на адресата, вступает в диалогические отношения на территории слушателя³². Из этого

²⁸ Кристева Ю. Семиотика: исследования по семанализу. М., 2015. 285 с.

²⁹ Дейк Т. А. ван. Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М., 2013. 340 с.

³⁰ Там же. С. 217.

³¹ Баркович А. А. Интернет-дискурс. Компьютерно-опосредованная коммуникация. М., 2016. 285 с.

³² Белинская Е. П. Психология Интернет-коммуникации. Москва; Воронеж, 2013. 185 с.

рождается ориентация на конкретного адресата стимулирует автора каждого сообщения, комментария выбирать понятную для целевой аудитории лексику;

– **адресованность (или направленность)** – персонализация взаимодействий, а именно признание уникальности партнёра общения, принятие особенностей его эмоционального состояния, самооценки, личностных характеристик и расчёт на встречное внимание³³. Интернет-общение определяет тип адресата – индивидуальный или групповой адресат (конкретная социальная или возрастная категория людей);

– **наличие / отсутствие ограничений на выбор лексики для выражений своего личного мнения по определённому поводу или общего мнения одной из точек зрения.** Диалог между автором и другими пользователями направлен на дискуссию, достижение взаимопонимания, сохранения своего мнения, позиции, на развитие, взаимодействие, объединение и разъединение мнений³⁴. Нередко использование разнообразных заимствований из других языков. Каждое отдельное лексическое заимствование обусловлено лакунами (нехваткой) в лексическом составе языка и связано с экстралингвистическими факторами (история языка, история отрасли науки и техники или общественной жизни в конкретном регионе);

– **национальная «языковая картина мира» интернет-коммуникации.** Лексика и способ выражения при интернет-коммуникации зависит от сознания каждой отдельной языковой личности, участвующей в общении. Сознание личности имеет первостепенное значение, т.к. в нём находит выражение самосознания нации, её самоидентификация, культура (окружающий мир, духовная жизнь, поведение людей, история и т.д.). Каждый язык создаёт свою особенную в интернет-коммуникации «языковую картину мира», что является трудностью не только для коммуникации с носителями другого языка, но и варианта своего. Один и тот же смысл может быть выведен из разных языковых структур, а одна

³³ Трофимова Г. Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России. Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты. М., 2011. 435 с.

³⁴ Горшкова Е. И. Блог как вид интернет-коммуникации: автореф. дис. ... к. филол. н. С-Пб., 2013. 23 с.

и та же структура может служить основой для формирования и понимания различных сообщений.

Общение в интернете – это неотъемлемая часть социальной деятельности современного человека и часть коммуникации вообще. Коммуникация – это социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации, как в межличностном, так и в массовом общении по разным каналам при помощи различных вербальных и невербальных коммуникативных средств. Если говорить об интернет-коммуникации, то традиционные механизмы замещаются новыми технологиями (мгновенный обмен сообщениями, электронная почта, голосовые сообщения, видеозвонки). В связи с этим, можно вывести и такое понятие интернет-коммуникации – это способ общения, при котором передача информации происходит по каналам интернета с использованием стандартных протоколов обмена и представления информации. Помимо перечисленных способов, информация может передаваться через передачу текстовых сообщений, документов, файлов и т. д.

При общении в интернете можно выделить два вида общения:

а) общение в режиме реального времени:

- 1) с одним собеседником;
- 2) с большим количеством пользователей одновременно;

б) общение, при котором сообщения приходят к адресату с отсрочкой:

- 1) с одним собеседником;
- 2) с большим количеством пользователей одновременно.

Возможности интернет-общения (оперативность, быстрота и доступность связи между пользователями на дальних и близких расстояниях) позволяют использовать его не только как способ познания, но и как инструмент общения. Исследователи выделяют разные *особенности общения через интернет*. Так, Т.Ю. Виноградова выделяет следующие:

а) *анонимность* – несмотря на наличие каких-либо данных анкетного характера или фотографии, отрывочная или даже полная информация недоста-

точна для реального и адекватного восприятия собеседника. Кроме того, наблюдается скрывание или предоставление ложных сведений. Анонимность и безнаказанность в сети рождает другую особенность – снижение психологического и социального риска в процессе общения (раскрепощённость, ненормативность, безответственность участников общения). В интернете человек проявляет большую свободу высказываний и поступков, что рождает проблему соблюдения речевого этикета в интернет-коммуникации (оскорбления, нецензурные выражения, угрозы и т.д.). Это также связано с анонимностью, т.к. риск разоблачения и личной отрицательной оценки окружающими минимален;

б) своеобразие протекания процессов межличностного восприятия в условиях отсутствия невербальной информации – при интернет-общении сильное влияние на представление о собеседнике имеют механизмы стереотипизации и идентификации, а также установка как ожидание желаемых качеств в партнёре общения;

в) добровольность и желательность контактов – пользователь добровольно завязывает контакты или уходит от них, а также может прервать их в любой момент;

г) затрудненность эмоционального компонента общения, в то же время стойкое стремление к эмоциональному наполнению текста, которое выражается в создании специальных значков для обозначения эмоций или в описании эмоций словами (в скобках после основного текста послания);

д) стремление к нетипичному, ненормативному поведению – пользователи презентуют себя с иной стороны, чем в условиях реальной социальной нормы, проигрывают не реализуемые в деятельности вне сети роли, сценарии ненормативного поведения.

Другие исследователи выделяют и другие особенности: опосредованность общения техническими средствами, общение больших социальных групп, отсутствие непосредственной обратной связи, наличие массовой, анонимной, разрозненной аудитории (Богомолова Н.Н.); «коммуникативные сбои» в восприятии

из-за отсутствия эмоций и ответных поведенческих реакций (Мун Л.Н.); психологические особенности (Гулевич О.А.).

Среди *психологических особенностей интернет-коммуникаций* выделяют:

– *повышенную вербальную активность*, при которой отсутствуют коммуникативные барьеры;

– *разорванность, мозаичность коммуникации* – участники быстрой коммуникации, при отсутствии слуховой и визуальной информации, совершают короткие и эгоцентрические коммуникативные акты;

– *специфический этикет общения*;

– *эмоциональность общения* – при недостатке невербальной коммуникации, пользователи часто прибегают к использованию слов и знаков, обозначающих эмоции в своих сообщениях;

– *опыт «потока»*, который отличают следующие особенности: потеря ощущения времени, погруженность в деятельность, чувство удовольствия, чувство контроля над ситуацией, смена объекта деятельности.

Среди причин обращения к интернету как инструменту общения выделяют недостаточное насыщение общением в реальных контактах и возможность реализации качеств личности, проигрывания ролей, переживания эмоций, по тем или иным причинам фрустрированных в реальной жизни³⁵.

Благодаря развитию интернета, современный человек получил доступ к абсолютно любой информации и может выбирать и получать только ту информацию, которая ему интересна, может делиться своим опытом и знаниями в открытом доступе. Если говорить о текстовом общении в виртуальном пространстве, то они создаются в процессе реального времени и подвержены влиянию спонтанной разговорной речи. Язык становится средством создания виртуальной реальности, т.к. «искусственные языки программирования являются лишь технологическим средством, благодаря которому Интернет работает, а подлинным

³⁵ Виноградова Т. Ю. Специфика общения в интернете. Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический аспект. Казань, 2004. С. 63-67.

языком виртуального сообщества оказываются естественные языки аудитории пользователей»³⁶. В связи с этим можно говорить о новой языковой личности и интернет-языке. Текст в интернете играет роль определённой маски, надеваемой на виртуальное «я».

Важной особенностью интернет-коммуникации становится гипертекстуальность, любой текст содержит ссылки на другие тексты. Гипертекстуальность можно трактовать как полидискурсивность, многозначность, многоголосие виртуального общения. Гипертекстуальность очень востребована в русском языке, т.к. лексика и синтаксис русского языка характеризуется многозначностью. Она передает все богатство смысловых оттенков того или иного высказывания.

1.3 Жанры интернет-коммуникации

Исследованию различных жанров интернет-коммуникации посвящено много работ как в России, так и за рубежом. Коммуникативное пространство интернета стало и своеобразной жанропорождающей средой, которая способствует как более интенсивному развитию жанроведения в целом, так и возникновению новых жанров, свойственных только этой информационной среде, и появлению теории цифрового жанроведения, в задачи которой входит описание и структурирование всего многообразия интернет-жанров и способов их классификации.

Жанр – это устойчивый тип текста, объединенный единой коммуникативной функцией, а также сходными композиционными и стилистическими признаками. С помощью системы жанров определенным образом упорядочивается наше общение и производимый человеком текст в любой его форме (устной, письменной, электронной).

Термин «жанр» применительно к сфере интернет-коммуникации получает различные толкования в лингвистических исследованиях, а, следовательно, под жанрами интернет-коммуникации понимаются достаточно разнородные по своей природе и функциям явления. А.А. Селютин рассматривает жанр как форму коммуникативного выражения онлайн-личности³⁷. Интернет-жанр

³⁶ Там же. С. 63-67.

³⁷ Селютин А. А. Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 35 (173). Филология. Искусствоведение. Вып. 37. С. 138-141.

представляется неким единством формы и содержания, обладающим определенными специфическими чертами коммуникативного характера и служащим для реализации отдельных интенций пользователя.

Коммуникативные технологии различаются по времени и месту нахождения участников интернет-общения:

– *одно время и одно виртуальное местонахождение* (чаты – Internet relay, Chat, IRC);

– *одно время, но различное местонахождение* (ICQ, Интернет-телефония, аудио- или видеоконференцсвязь);

– *разное время, но одно виртуальное местонахождение* (веб-форумы, гостевые книги);

– *разное время и разное местонахождение* (электронная почта, списки рассылок, телеконференции)³⁸.

Есть и иные точки зрения на классификацию жанров интернет-коммуникации, предложенные Д. Кристаллом и Л.Ю. Ивановым. Так, профессор Д. Кристалл выделяет четыре жанра или основных ситуаций использования интернета:

– электронная почта;

– синхронные и асинхронные чаты, включая BBS (bullet-in-board-system – электронная доска объявлений);

– виртуальные миры (MUDs),

– всемирная паутина.

Каждая из четырёх ситуаций использования интернета обладает собственными языковыми особенностями. Так, например, электронные письма имеют свою композиционную структуру (титовая страница содержит сведения об отправителе письма, тему письма; текст письма; указания на приложения, если они есть; дату отправки письма). По мнению исследователя, внутри жанров складываются новые жанры и поджанры

³⁸ Шаховалова Е. Г., Шаховалов Н. Н. Проблемы соблюдения речевого этикета в интернет-коммуникациях // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2020. Т. 39. № 3. С. 456-465.

Подводя итоги, следует сказать, что классификация жанров интернет-коммуникации может строиться на различных схемах и принципах. Исследователи интернет-жанров придерживаются мнения, что появление нового жанра является одним из сигналов возникновения нового речевого сообщества с новой коммуникативной практикой.

В основу данного исследования легла классификация, разработанная Е.Г. Шаховаловой и Н.Н. Шаховалова³⁹. Обобщая исследования в этой области, можно выделить следующие основные виды интернет-жанров:

- форум;
- блог;
- чат;
- жанр мгновенных сообщений;
- конференция;
- гостевая книга;
- электронная почта;
- MUD (многопользовательская ролевая игра).

В настоящее время в молодёжной среде наиболее актуализировано интернет-общение в социальных сетях («ВКонтакте», «Одноклассники», WhatsApp, Telegram и др.), а именно в форумах и чатах.

Форум является востребованным видом интернет-общения, где коммуникация осуществляется в режиме офлайн, а свои сообщения, которые сохраняются достаточно долго, участники коммуникации могут отсылать в разное время. Каждый новый участник знакомится с материалами форума и обозначает свою позицию.

Блог (англ. «интернет-журнал событий», «интернет-дневник», «онлайн-дневник») – это веб-сайт или веб-страница, основное содержимое которого регулярно добавляемые пользователем записи, содержащие текст, изображения или

³⁹ Шаховалова Е. Г., Шаховалов Н. Н. Проблемы соблюдения речевого этикета в интернет-коммуникациях // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2020. Т. 39. № 3. С. 456-465.

мультимедиа. Для блогов характерна возможность публикации отзывов (комментариев) посетителями, что делает блоги средой сетевого общения, имеющей ряд преимуществ перед электронной почтой, группами новостей и чатами. Совокупность всех блогов интернета называют блогосферой. В настоящее время особенность блогов заключается не только в структуре записей, но и в простоте добавления новых записей. Пользователь просто обращается к веб-серверу, проходит процесс идентификации пользователя, после чего он добавляет новую запись к своей коллекции. Сервер представляет информацию как последовательность сообщений, помещая в самом верху самые свежие сообщения. Структура коллекции напоминает привычную последовательную структуру дневника или журнала.

«Чат» (с англ. «дружеская беседа», «болтовня») – это вид интернет-коммуникации, представляющий собой общение в режиме онлайн.

Интернет-конференция – это возможность прямого общения одного лица с целевой интернет-аудиторией посредством коммуникационных программ в интернете.

Жанр мгновенных сообщений представляет собой взаимодействие участников виртуального дискурса, как правило, в режиме реального времени посредством мгновенного обмена сообщениями при помощи мессенджера, специальной программы.

Гостевая книга является взаимодействием участников виртуального дискурса, предполагающим размещение на специальной странице сайта сообщений-отзывов о данном сайте.

Жанр электронного письма представляет собой взаимодействие участников виртуального дискурса посредством пересылки с одного зарегистрированного на каком-то сайте электронного почтового ящика на другой сообщений в виде обычных текстовых файлов, а также дополнительно прикрепленных к ним файлов как текстового, так и нетекстового характера.

Многопользовательская ролевая игра онлайн предполагает взаимодействие участников виртуального дискурса посредством обмена сообщениями и

действиями в рамках определенной модели какой-либо ситуации, где каждый из коммуникантов полностью ассоциирует себя с каким-либо литературным или воображаемым персонажем и «живёт» от его лица.

ВЫВОДЫ ПО ПЕРВОЙ ГЛАВЕ

В данной главе были рассмотрены теоретические основы исследования и понятия «речевой этикет» и «интернет-коммуникация», охарактеризованы правила и нормы речевого этикета русского языка, основные черты и особенности интернет-коммуникации. В рамках данной главы были охарактеризованы основные жанры интернет-коммуникации (форум; блог; чат; жанр мгновенных сообщений; конференция; гостевая книга; электронная почта; многопользовательская ролевая игра).

2 ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ВКОНТАКТЕ, ОДНОКЛАССНИКИ, YOUTUBE, WHATSAPP, ТЕЛЕГРАМ И ДР.)

2.1 Социальные сети в интернет-пространстве

В интернет-коммуникации особое место занимают социальные сети. Термин «социальная сеть» был введён социологом Манчестерской школы Дж. Барнсом в 1954 г., ещё до появления интернета, и понимался им как система взаимосвязей между людьми с помощью социограмм, то есть визуальных диаграмм, в которых отдельные лица представлены в виде точек, а связи между ними – в виде линий.

На данный момент социальная сеть – это скопление социальных объектов – людей или групп, которых можно рассматривать как сеть, узлы которой – это объекты или субъекты, а связи – социальные взаимоотношения. Социальная сеть – это интернет-сообщество пользователей, объединённых по какому-либо признаку на базе одного сайта, который и называется в этом случае социальной сетью⁴⁰. Несмотря на виртуальность, социальные сети в интернете формируют реальную социальную среду. Также социальной сетью называют услугу, способствующую образованию и поддержанию социальных кругов и сетей и работающая посредством интернета. Проще говоря, это интернет-платформа для создания и поддержания личных и профессиональных связей между людьми.

Социальные сети возникли как результат эволюции виртуального общения между пользователями. Первым этапом эволюции этого общения можно назвать электронную почту. Она была принципиально значима тем, что показала саму возможность общения посредством интернета. Изначально предназначенная для обмена сообщениями между двумя абонентами, позже она позволила обмениваться информацией группам людей (списки рассылки). Постепенно всё больше пользователей начинали работать в интернете в режиме реального времени,

⁴⁰ Арутюнова Н. Д. Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990. 685 с.

вследствие чего появилась необходимость в сервисах, предоставляющих возможности для интерактивного общения.

С другой стороны, отправной точкой в развитии социальных сетей стали и гостевые книги – первая и самая простая форма организации общения в виде веб-приложений. Эти примитивные списки сообщений привели к появлению электронных досок объявлений, а те, в свою очередь, к созданию форумов. На них можно было обмениваться информацией по самым разнообразным темам и по-разному группировать сообщения. Самые развитые форумы обладали первыми признаками социальных сетей – между участниками могли быть установлены социальные связи. В обобщенном виде, привлекательными для пользователей являются следующие предоставляемые социальными сетями возможности:

- получение информации (в том числе – обнаружение ресурсов) от других членов социальной сети;
- верификация идей через участие во взаимодействиях в социальной сети;
- социальная выгода от контактов (сопричастность, самоидентификация, социальное отождествление, социальное принятие и др.);
- рекреация (отдых, времяпрепровождение).

Следующим этапом развития интернет-коммуникации стали блоги – веб-сайты (личные или групповые), состоящие из регулярно добавляемых записей, изображений и мультимедиа. Заимствовав отдельные черты всех способов виртуального общения, стали появляться, наконец, социальные сети.

Первая социальная сеть Classmates появилась в 1995 г., целью её стала помочь зарегистрированным посетителям находить и поддерживать отношения с друзьями, одноклассниками, однокурсниками и другими знакомыми людьми. По состоянию на 30 июня 2008 г. у Classmates Media было более 50 миллионов участников преимущественно из США и Канады, из них 3,8 миллиона платных подписчиков. По состоянию на 2015 г. участники Classmates использовали веб-сайт для планирования более 350 000 встреч классов.

Концепция Classmates оказалась успешной и благодаря своему развитию подарила пользователям Интернета новые массовые проекты, такие как

MySpace, FaceBook, Bebo и LinkedIn, а также русскоязычные – «Одноклассники», «ВКонтакте», «МойМир» и «МойКруг». Социальные сети являются самой динамично развивающейся частью Интернета. Так, на 2022 г. активная аудитория Facebook составила 2,6 миллиарда человек.

Российский интернет стал активно развиваться только после развала СССР. Домен «ru» возник в 1994 г., с его появлением стали активно развиваться поисковые системы. Так, в 1996 г. появилась первая поисковая система Rambler.ru., а через год появился Яндекс, что стало прорывом в системе русского интернета или рунета. В своем развитии рунет следует мировым тенденциям и в секторе социальных сетей он не стал исключением.

Первым, в конце 2005 года, появился «Мой Круг» – деловая сеть со своеобразной круговой системой связей, благодаря которой можно завязать полезные контакты не только напрямую, «через друзей», но и «через друзей друзей», и «через друзей друзей друзей» и так далее. Затем последовало возникновение ещё нескольких проектов социальных сетей, но такой популярности, как американские прототипы, они не приобрели. Даже сайт «Одноклассники» (аналог Classmates.com), появившийся в начале 2006 г., набрал миллион пользователей лишь через год. Особенно востребованной сеть стала у людей старшего возраста. В настоящее время сайт насчитывает более 200 миллионов зарегистрированных пользователей и 45 миллионов ежедневных уникальных посетителей. В настоящее время «Одноклассники» также имеют рейтинг интернет-трафика «Аlexa» 56 по всему миру и 7 по России. «Одноклассники» – вторая по популярности социальная сеть в России, уступающая «ВКонтакте», но опережающая Facebook, который находится на третьем месте.

Более молодую аудиторию привлекла сеть «ВКонтакте» – российский аналог Facebook, созданный также в 2006 г. Российская аудитория «ВКонтакте» составляет 79,5 миллионов человек в месяц, ежедневно социальную сеть посещают 53,6 миллионов человек. Международная аудитория «ВКонтакте» – 101,7 миллионов человек в месяц. Аудитория «ВКонтакте» в России превышает аудиторию «Telegram» на 70,24 %. В «ВКонтакте» более 27 миллионов авторов и 487

миллионов сообщений.

На сегодняшний день социальные сети являются мощнейшим информационным ресурсом, объединяющим сотни миллионов людей со всех уголков нашей планеты. Социальные сети стали одной из главных платформ для общения пользователей, позволяющей выстраивать отношения с людьми, группами, сообществами. Рост популярности социальных медиа породил и новые модели потребительского поведения.

С распространением Интернета во всём мире глобальным явлением стал рост социальных сетей. Количество интернет-пользователей за последние 10 лет увеличилось более чем вдвое – с 2,18 миллиардов на начало 2012 года до 4,95 миллиардов в начале 2022 года.

В ходе исследования нами был проведён опрос «Общение в интернете»⁴¹, в который вошёл 21 вопрос. Участие в нём принял 61 человек в возрасте от 18 лет и старше.

Возраст участвующих в опросе распределился следующим образом:

- от 18 до 25 лет – 16 человек (26,2 % от общего числа);
- от 25 до 35 лет – 21 человек (34,4 % от общего числа);
- от 35 до 55 лет – 20 человек (32,8 % от общего числа);
- от 55 лет и старше – 4 человека (6,6 % от общего числа).

Из 61 человека – 55 женщин (90,2 %), 6 мужчин (9,8 %). По занятости большая часть представлена работающими людьми (48 человек, 78,7 %), 12 человек – учащиеся вузов и ссузов (19,7 %), 1 – неработающий (1,6 %). Среди опрошенных – 47 человек с высшим образованием (77 %), 9 человек с неполным высшим (14,8 %), 5 человек со средне-специальным (8,2 %).

На вопрос «Как много времени вы проводите в сети интернет (в т.ч. общение, игры, пролистывание лент соцсетей и т.д.)?» опрошенные ответили следующим образом:

- менее 1 часа в день – 6 человек (9,8 %);

⁴¹ Виноградова Ю. О. Опрос «Общение в интернете» [Электронный ресурс]. URL: <https://forms.gle/91Y2aFyLorEwckhg6> (дата обращения: 15.05.2023).

- от 1 до 3 часов в день – 23 человека (37,7 %);
- от 3 до 6 часов в день – 21 человек (34,4 %);
- от 6 часов в день и больше – 11 человек (18 %).

Согласно собранным данным, более половины опрошенных проводят в интернете более трёх часов, а почти пятая часть опрошенных – более трети времени бодрствования, что является значительным показателем.

Опрошенным предлагалось объяснить – на что именно они тратят время, находясь в интернете (вопрос «В каких целях вы используете интернет?», отвечая на который, можно было выбрать несколько вариантов ответа). По популярности варианты распределились следующим образом:

- поиск информации – 56 человек (91,8 %);
- работа или учёба – 49 человек (80,3 %);
- общение – 47 человек (77 %);
- просмотр видео – 40 человек (65,6 %);
- обучение – 34 человека (55,7 %);
- игры – 8 человек (13,1 %).

Таким образом, две трети опрошенных используют интернет для общения. Это подтверждается и результатами опроса о мотивах использования интернета. На вопрос «Какие мотивы лежат в основе вашей интернет-деятельности?» (можно было выбрать несколько вариантов ответа) были получены следующие результаты:

- познавательный мотив интернет-деятельности – 54 человека (88,5 %);
- коммуникативный мотив интернет-деятельности – 47 человек (77 %);
- деловой мотив интернет-деятельности – 34 человека (55,7 %);
- самореализация – 26 человек (42,6 %);
- сотрудничество – 23 человека (37,7 %);
- игровой мотив интернет-деятельности и самоутверждение – по 6 человек (по 9,8 %).

Две трети опрошенных основным мотивом интернет-деятельности называют коммуникацию, но в основе делового мотива и сотрудничества также лежит

общение, что говорит о большем значении коммуникации. Ответы на вопрос «Что Вас в первую очередь привлекает в общении в сети?» (можно было выбрать один или несколько вариантов ответа) расположились в следующем порядке по популярности:

– вариант «Возможность быстро связаться, продолжать общение с другом, когда находимся дома и не можем в живую поговорить» выбрали 48 человек (78,7 %);

– вариант «При общении в сети нет посторонних (личные сообщения и т.п.)» выбрал 21 человек (34,4 %);

– вариант «Прервать общение можно в любую минуту» выбрали 19 человек (31,1 %);

– вариант «Огромная аудитория потенциальных собеседников» выбрали 15 человек (24,6 %);

– вариант «Возможность создать определенный образ, имидж» выбрали 12 человек (19,7 %);

– вариант «Не существует социальных барьеров общения» выбрали 9 человек (14,8 %);

– вариант «Возможность найти не только близких по интересам друзей, но и спутника жизни, если повезет» выбрали 8 человек (13,1 %);

– вариант «Ничего» выбрали 7 человек (11,5 %);

– варианты «Можно излить душу любому человеку», «Нет ограничения по возрасту» и «Анонимность» выбрали по 3 человека (по 4,9 %);

– один человек написал свой вариант ответа «*находимся» (1,6 %).

Таким образом, возможность оперативного общения на больших и близких расстояниях является самой востребованной. Из важных характеристик интернет-общения можно отметить возможность личного (персонализированного) общения, возможность прервать общение в любой момент, большое количество потенциальных собеседников без социальных и возрастных ограничений, а также – создание определённой маски, надеваемой на виртуальное «я», и в определённой степени анонимность.

Около трети опрошенных говорят о том, что общаться онлайн им легче, чем вживую (19 человек – 31,1 % опрошенных). Треть опрошенных, напротив, говорят о трудностях общения в сети (19 человек – 31,1 % опрошенных). Большая часть опрошенных не испытывает трудностей ни в интернет-общении, ни в общении с людьми в живую (23 человека – 37,7 %).

Для того, чтобы определить, какие социальные сети и интернет-ресурсы пользуются большей популярностью, респондентам был задан вопрос «Какие виды социальных сетей вы знаете и пользуетесь?» (можно было выбрать один или несколько вариантов ответов). В качестве вариантов ответов были предложены следующие социальные сети: ВКонтакте, Одноклассники, МойМир / Блоги@mail.ru, FaceBook (относится к Meta – признана в РФ экстремистской организацией и запрещена), Instagram (относится к Meta – признана в РФ экстремистской организацией и запрещена), Twitter, TikTok, Yappy, YouTube, Reddit, Pinterest, WhatsApp (относится к Meta – признана в РФ экстремистской организацией и запрещена), ЯRUS, Viber, Skype (или аналог), социальные сети для знакомств (Тиндер, Мамба и т.д.), Telegram или «свой вариант ответа». По популярности ответы распределились следующим образом:

- социальная сеть «ВКонтакте» – 49 человек (80,3 %);
- мессенджер «Whatsapp» (относится к Meta – признана в РФ экстремистской организацией и запрещена) – 43 человека (70,5 %);
- видеохостинг, социальный интернет-сервис «YouTube» – 36 человек (59 %);
- социальная сеть «Instagram» – 33 человека (54,1 %);
- фотохостинг, социальный интернет-сервис «Pinterest» – 18 человек (29,5 %);
- социальная сеть «Одноклассники» – 16 человек (26,2 %);
- сервис для создания и просмотра коротких видео, социальная сеть «TikTok» – 13 человек (21,3 %);
- мессенджер «Telegram» – 10 человек (16 %);
- социальная сеть «МойМир» и блог-платформа для ведения интернет-

дневников «Блоги@mail.ru» – 5 человек (8,2 %);

– социальная сеть «FaceBook» (относится к Meta – признана в РФ экстремистской организацией и запрещена) – 4 человека (6,6 %);

– voIP-сервис «Skype» (или аналог) – 4 человека (6,6 %);

– социальная сеть «Twitter» – 3 человека (4,9 %);

– мессенджер «Viber» – 3 человека (4,9 %);

– социальные сети для знакомств (Тиндер, Мамба и т.д.) – 2 человека (3,3 %);

– приложение для публикации вертикальных видео «Yapru» (русский аналог TikTok) – 1 человек (1,6 %);

– веб-сайт «Reddit», содержащий пользовательский контент, включая фотографии, видео, ссылки и текстовые сообщения, а также обсуждения этого контента в системе, которая по сути является доской объявлений, – 1 человек (1,6 %);

– в качестве своего варианта был предложен мессенджер «Discord» – 1 человек (1,6 %);

– в качестве своего варианта 1 человек (1,6 %) предложил вариант «знаю все, пользуюсь этими»;

– социальная сеть «ЯRUS» – 0 человек (0 %).

Таким образом, социальные сети и мессенджеры являются очень востребованными среди пользователей всех возрастов, также популярностью пользуются видео- и фотохостинги с возможностью комментирования и обсуждения.

Для уточнения респондентам был задан вопрос «Какие формы интернет-общения Вы используете?» (можно было выбрать один или несколько из списка) для того, чтобы определить наиболее востребованными жанры интернет-общения. В качестве вариантов предлагались:

– электронная почта;

– чат (место для быстрого обмена короткими сообщениями, в котором одновременно участвует несколько человек);

– диалог (личные сообщения между двумя участниками общения);

– форум или комментарии;

- блог / сообщество;
- MUD (многопользовательская ролевая игра) – в процессе игры.

Самым популярным жанром стал чат (49 человек – 80,3 %), на втором месте – диалог в виде личных сообщений (46 человек – 75,4 %), на третьем месте – электронная почта (35 человек – 57,4 %). Форум или комментарии выбрали всего 11 человек (18 %), блог или сообщество – 9 человек (14,8 %), а общение во время многопользовательской ролевой игры предпочитает всего 5 человек (8,2 %).

Востребованность общения в разных социальных сетях и мессенджерах, выбор тех или иных жанров и языковых средств общения рождает в современной науке необходимость исследования соблюдения или нарушения норм речевого общения или « сетевого этикета» (сетикета).

После проведённого опроса в нашем исследовании в качестве материала были выбраны следующие источники:

- а) личные сообщения (чаты) в социальных сетях – WhatsApp.
- б) комментарии в сообществах и группах в социальных сетях – ВКонтакте, Одноклассники, Телеграм, WhatsApp, среди которых:
 - 1) аккаунт администрации города Благовещенск – 4 687 подписчиков (<https://web.telegram.org/a/#-1776116913>);
 - 2) группа «Амурчанки» – 548 участников (WhatsApp);
 - 3) группа «Городской клуб поэтов» – 44 участника (WhatsApp);
 - 4) сообщество «БОРЦ» – 7 миллионов подписчиков (<https://vk.com/public460389>);
 - 5) сообщество «Психология отношений» – 6,4 миллиона подписчиков (<https://vk.com/public40498005>);
 - 6) сообщество «Чёткие приколы» – 9,3 миллиона подписчиков (<https://vk.com/public31836774>);
 - 7) сообщество «Леонардо Дайвинчик» – 16,8 миллиона подписчиков (<https://vk.com/public91050183>);
 - 8) группа «РИА Новости» – 1 142 625 участников (<https://ok.ru/ria>);
 - 9) группа «Блог “Полезные советы”» – 804 536 участников

(<https://ok.ru/c.o.v>);

10) группа «Знакомство и общение» – 413 875 участников (<https://ok.ru/bottlegroup>);

11) группа «Подслушано – здесь говорят о тебе» – 157 508 участников (<https://ok.ru/ideer>);

в) комментарии в блоге «Яндекс.дзен» – блог «Книжный клуб авантюристов» – 66,7 тысячи подписчиков (<https://dzen.ru/adventurersclub>).

Далее будут рассмотрены все сообщения и комментарии к публикациям, записям и постам с 01.02.2023 по 01.04.2023. Была выбрана одна группа в Telegram, посвящённая политике, две группы в WhatsApp (одна исключительно женская, во второй общение посвящено творчеству), четыре сообщества во ВКонтакте (одни из самых популярных в данной социальной сети, из которых три юмористических и развлекательных, одно сообщество психологического направления), четыре сообщества в «Одноклассники» (одни из самых популярных в данной социальной сети, одна из которых – СМИ, одна посвящена полезным советам, две – знакомству и общению), а также – один блог из популярной площадки для блогов «Яндекс.Дзен».

В данной работе были исследованы текстовые сообщения из ВКонтакте, Одноклассники, Telegram, WhatsApp, а также комментарии под публикациями сообществ разных социальных сетей, где участникам группы предоставлена возможность оставлять личные комментарии. Так как сообщества – это поток контента, и в условиях вовлеченности аудитории в Интернет-среду именно страницы популярных СМИ становятся ядрами и эпицентром коммуникации. Но если смотреть на пост не только как на единицу контента, а как на социально значимую единицу информации, то выбор пал именно на официальные сообщества и самые популярный в той или иной социальной сети.

Итого, материалом для исследования стали: 5 публикаций и 143 комментария в группе «БОРИЦ» (ВКонтакте), 5 постов и 1026 комментариев в группе «Леонардо Дайвинчик» (ВКонтакте), 5 постов и 157 комментариев в группе «Психология отношений» (ВКонтакте), 5 постов и 198 комментариев в группе «Чёткие

приколы» (ВКонтакте), 5 публикаций и 177 комментариев в группе «Знакомство и общение» (Одноклассники), 60 публикаций и 1240 комментариев в группе «Подслушано – здесь говорят о тебе» (Одноклассники), 5 постов и 75 комментариев в группе «Блог «Полезные советы»», 1 публикация и 154 комментария в группе «РИА Новости», 10 публикаций и 349 комментариев в блоге «Книжный клуб авантюристов» (Яндекс.Дзен), 249 постов и 262 комментария в аккаунте администрации города Благовещенск, 859 сообщений в личных и групповых чатах в WhatsApp. Всего 350 публикаций, 3 781 комментарий и 859 сообщений.

По характеристике аудитории ВКонтакте традиционно социальная сеть для более молодой аудитории – школьники, студенты, работающая молодёжь (до 35 лет), Одноклассники – для более взрослой аудитории (от 40 и старше). Выбранный для исследования блог – узкопрофильный, для любителей чтения и книг. Традиционно в интернете общаются в большей степени женщины, а не мужчины.

Материал исследуется на предмет соблюдения и нарушения норм речевого этикета в разных жанрах интернет-коммуникации, использование формул речевого этикета с целью их анализа.

2.2 Нормы и формулы речевого этикета в разных жанрах интернет-коммуникации

В связи с функционированием разных жанров интернет-коммуникации и существованием речевого этикета, изучение различных интернет-источников позволяет говорить о существовании нового явления и введении нового понятия – «сетевой этикет» или «сетикет». Сетевой этикет – это система правил общения, поведения в интернете⁴².

Сетевой этикет (сетикет или нетикет) основан на традиционном и сводится к трем правилам: вежливости, терпимости и соблюдения законов. Тем не менее, его специфика потребовала разработки основных этических принципов и норм взаимодействия в Интернете, которые были изложены в документе «RFC 1855

⁴² Губайловский В. WWW-обозрение Владимира Губайловского // Новый мир. 2004. № 3. С. 203-207.

Netiquette Guidelines», созданном рабочей группой ответственного использования Сети, а также американкой Вирджинией Ши в книге «Сетевой этикет». В документе «RFC 1855 Netiquette Guidelines» изложены принципы коммуникации «один с одним», «один со многими», информационных и интерактивных сервисов («внимательность при составлении писем и сообщений, соблюдение принципов чёткости, краткости, понятности, сдержанности в общении, использование удобного формата писем»⁴³).

Правила Вирджинии Ши, в отличие от данного документа, сформулированы более компактно и основаны, во-первых, на принципе необходимости соблюдения традиционных правил речевого этикета в Сети, во-вторых, следовании законам киберпространства (таким, как уважение к чужой приватности, к частным кибер-культурам, оказание помощи в доступе к информации. Таким образом, соблюдение правил сетикета на современном этапе развития общества носит скорее рекомендательный, чем обязательный характер и зависит в первую очередь от моральной позиции пользователя⁴⁴.

Коммуникативное пространство интернета обуславливает выбор несколько иных форм вежливости в электронном диалоге, чем в реальном общении. Среди факторов, обуславливающих формирование интернет-этикета, необходимо отметить дистантный характер общения, возраст коммуникантов и установку на языковую игру⁴⁵.

Говоря о чате и о сообществах и проецируя реальное общение на общение виртуальное, можно провести аналогию между чатом, беседой в комментариях и устной беседой, которая выражается в письменной форме. Необходимо отметить, что в таких жанрах виртуальной коммуникации как чат и форум, общение исключает подчёркнутую (повышенную) вежливость в общении. В большинстве

⁴³ Цит. по: Белых И. Н. Этикет письменной речи в этикете [Электронный ресурс] // ФГБОУ ВО Красноярский государственный аграрный университет, 2013-2023. URL: <http://www.kgau.ru/new/all/konferenc/konferenc/2016/g18.pdf> (дата обращения: 25.04.2023).

⁴⁴ Там же.

⁴⁵ Борисенко А. С. Культура речи в виртуальной среде // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия «Гуманитарные науки». 2015. № 03-04. С. 51-53; Голошубина О. К. Нормы речевого этикета в интернет-коммуникации (на примере речевого жанра «разговор в мессенджере») // Молодой учёный. 2014. № 8 (67). С. 944-947.

случаев наблюдается нейтрально-нормативная форма вежливости, но зачастую встречается невежливость и грубость.

Анализ сообщений в различных чатах и форумах позволил сделать следующие выводы:

– *Для приветствия* участники чатов и форумов обычно используют следующие формулы: «привет»; «всем привет»; «привет, народ!»; «привет всем! как дела?»; «приветики»; «приветствую всех»; «всем привет и добрый вечер»; «здрасти»; «всем добрый вечер»; «приивееет!!!»; «здарава дамы и господа!!!»⁴⁶ и др.

Из-за возможности вести беседу с жителями разных поясов или в связи с временным разрывом в общении зачастую участники используют универсальные формулы начала общения: «всем доброго дружья», «здарава», «здрасте». «ку чат», «дорова», «привет», которые не акцентируют внимание на конкретном времени суток. Это характерно как для групповых чатов, так и для сообществ.

Для блогов приветствие для начала общения характерно лишь при написании постов от автора, для комментариев приветствие нехарактерно (в ходе исследования не встретилось ни одного примера).

Если говорить об общении в формате чате на примере WhatsApp, то зачастую приветствие носит необязательный характер. Так, ответы на статусы, поздравления или общение после предварительного звонка не содержат приветствий (приложение, чат № 3, 5, 8, 9, 10-14, 16-17, 19, 21, 23, 26, 32, 34, 35, 36, 38, 39, 41, 42, 43, 45, 50, 53-54). Приветствий не содержат и чаты, в которых происходит общение между близкими родственниками (членами семьи), если они видятся каждый день очно (приложение, чат № 47).

Через данный мессенджер люди имеют возможность выстраивать и деловые отношения, используя официальный стиль письма. Например:

«[10:04, 02.03.2023] Александра Анатольевна: Добрый день! хотели купить 5 флорариумов. Сейчас находимся на стадии согласования - собираем коммерческие предложения.»

⁴⁶ Здесь и далее сохранены пунктуация и орфография авторов сообщений.

Есть несколько вопросов. Работаете ли Вы с юр.лицами по безналичной оплате?

[16:29, 02.03.2023] +7 915 255-85-46: Добрый день! Да, конечно работаем. В спецификации напишем, что захотите.

[16:29, 02.03.2023] +7 915 255-85-46: Без подсветки. С подсветкой в районе 7500-9000 ценник

[16:59, 02.03.2023] Александра Анатольевна: Хорошо, сейчас обсудим. Спасибо за оперативность)))

[16:59, 02.03.2023] +7 915 255-85-46: Ждём решения, спасибо)».

При официальной переписке не рекомендуется использовать эмодзи, смайлы и т.д., но при переписке в WhatsApp это становится допустимым. При общении с незнакомыми людьми или людьми старшего возраста используются правила речевого этикета, характерные для устного общения – обращение по имени, приветствие, даже несмотря на предварительный звонок и т.д. («*Руслан! / Управление образования и управление культуры администрации города Благовещенска приглашает Вас присоединиться к пробному «ЕГЭ для родителей»*» или «*Сергей Айтуганович, ещё раз добрый день!*»).

Этикет электронной официально-деловой переписки становится либеральнее, приобретая разговорные черты (эмоционально окрашенный синтаксис, инверсия, эллипсис). При этом электронные сообщения, представляющие собой, как правило, частый обмен информацией между коллегами носят менее официальный характер, чем письма.

– *Для побуждения к общению* используются разные формулы в зависимости от социальной сети или мессенджера. Как правило, это вопросительные или восклицательные предложения. В жанре форума (например, в пабликах «Вконтакте») формулы побуждения к общению используются в рекламных или личных целях. Например: «*ищу девушку для общения, бываю пошлым, в лс*»; «*пара МЖ встретимся с би парнем в Москве*»; «*есть желающие написать отзыв на авито за 30 рублей?*»; «*девчонки, кто хочет работать онлайн? Пишите в лс*»; «*где можно много заработать?*»; «*Всем привет! Кому не трудно лайкните фотку*

пожалуйста! Спасибо!» и др.

Говоря о форуме, необходимо отметить, что в отличие от чата, не имеющего четко сформулированной темы общения, форум является тематически организованной средой электронной коммуникации, поэтому пользователям данного жанра виртуальной коммуникации не требуется употреблять какие-либо формулы для побуждения к общению. Каждый желающий может в любой момент присоединиться к обсуждению той или иной проблемы.

Блогеры используют иные формулировки (например, *«Делитесь в комментариях!»*, *«буду рада лайку»*), а также втягивают аудиторию в общение, отвечая на все комментарии под публикациями.

Для исследования была взята группа знакомств через игру в «Одноклассника», чтобы рассмотреть механизм побуждения к общению в сообществах, предназначенных для этого. Пользователи используют следующие формулы: *«Познакомлюсь»*; *«Давай знакомиться»*; *«Чего не спите»*; *«Как дела солнце?»*; *«?»*; *«Напиши в личку»*; *«Чем занята?»*; *«Пошалим?»*) и т.д. Тенденцией является желание перейти со всеобщего обозрения в личные сообщения для более интимного общения.

– Традиционное для русского языка **противопоставление «ты» и «Выобщения»**, по наблюдению исследователей (О.С. Горицкая), также часто теряет свою значимость в виртуальной среде, что обусловлено преобладанием неофициального общения, относительной однородностью возрастного состава коммуникативных групп, частой анонимностью пользователей, хотя данное нововведение принимается далеко не всеми. О.С. Горицкой отмечены такие формы, как «Ты» и «вы», указывающие на разграничение уважительного («Ты») и дистанционного («вы») отношения к собеседнику⁴⁷.

В ходе изучения собранного материала были обнаружены следующие при-

⁴⁷ Борисенко А.С. Культура речи в виртуальной среде // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия «Гуманитарные науки». 2015. № 03-04. С. 51-53; Голошубина О.К. Нормы речевого этикета в интернет-коммуникации (на примере речевого жанра «разговор в мессенджере») // Молодой учёный. 2014. № 8 (67). С. 944-947.

меры, характерные для жанра «форум» в социальных сетях «ВКонтакте» и «Одноклассники»:

– обращение на «ты» ко всем, а не к какому-то конкретному пользователю («хорошо тебе будет или нет»; «кто читает это хорошего тебе дня»);

– равноправное обращение на «ты» к участнику беседы (форума) («давай удачи тебе на них»; «у тебя тоже»), «лан тебе», «ты там лично был, а вот я зашёл в Гугл и вбил», «у меня с тебя лоб болит», «ты сам закринжовался», «такая ты тупая», «ты чё какой обиженка», «чё ты пишешь», «бро ты лучший»; «ты свой ник и лет скажи я найду тебя»; «зависла ты в детских обидах»);

– использование вежливого «Вы» по отношению к одному человеку («Жрёте это Вы! Я кушаю, употребляю пищу», «вы тупая», «как у вас дела таксим?», «Приглашаю Вас», «я не про ваш коммент, а про инфу с картинки», «вы кто существо?»; «уважаемый почему вы обновляете часто»; «ну как вы вошли в игру?»; «Вы чего мне тыкаете?»; «Вы что несёте? Вы не в себе?»);

– обращение «вы» к многим («если вам не хватает общения, вы можете мне написать», «чтоб вы сдохли спамеры»);

– обращение к себе на «ты» («Когда понял что лето ещё не началось, а ты его уже про*бываешь»).

Чаще всего наблюдается нивелирование каких-либо различий между пользователями и общение на «ты», но многие пользователи придерживаются правила общения с незнакомыми людьми на «Вы».

В блогах и сообщениях в WhatsApp сохраняется нормативное использование «ты»- и «вы»-форм. Например: «удачи вам», «как вы строги (незнакомый человек); «Вы уточняли?», «будете ли Вы работать в данном направлении» (деловая переписка); «удачи тебе», «поздравляю тебя с Международным женским днём!!!», «ты большая молодец» (знакомый человек); «хотела информировать вас о финальном нетворкинге в Благовещенске», «все вы так или иначе со мной знакомы» (обращение к многим); «не могли бы Вы скинуть показания?» (общение с малознакомым человеком).

– *Использование обращений по имени.* В комментариях социальных сетей и блогов пользователи чаще всего используют функцию «ответить», что позволяет не писать имени пользователя, к которому обращается тот или иной участник. Это происходит автоматически. Поэтому существует тенденция пропуска обращений.

Несмотря на то, что в мессенджерах и блогах существует такая же функция, а также возможность ответить на конкретное сообщение конкретного пользователя, участники бесед обращаются друг к другу по имени. Например, в блоге: «Солнечной Наташе – успехов во всех начинаниях», «Оля, удачи тебе!», «удачи, Оля!»; в WhatsApp: «Юля, привет...», «Спасибо большое, Анатолий Анатольевич!», «Юль привет!», «Женечка, спасибо большое», «Спасибо, Ваня», «Юлия, добрый вечер!», «Спасибо, Мишенька», «Александра, добрый день!», «Спасибо, Настя, большое», «Сергей Айтуганович, ещё раз здравствуйте!», «Как, Артём, ты на него похож!», «Руслан!», «Поздравляю, Юлечка», «Меня зовут Ксения», «Алёна, как дела?», «Спасибо, Надюш» и т.д. В групповых чатах обращение к кому-либо конкретному является необходимостью: «Я не знаю, как это сделать, Галя!» и т.д.

Существуют и обращения по объединяющему признаку: «Девчули привет!», «Девочки, всех с праздником!», «Милые девушки только самого лучшего в этот день!», «дорогие поэты, всем добрый вечер!» и т.д.

Но в социальных сетях, в пабликах, также есть обращения. Например: «моя девочка», «крепись, брат!», «чувак», «ты прав бро», «приятного аппетита друзья», «хорошо друг, учту», «какой тепло дядь», «дарова, брад», «о пунся», «архаровцы», «здарова бандиты», «молодец», «дружок»; «Эмма. А золото и платина это разве не мёртвые тела?»; «уфуфуф малышка»; «Автор ты идиот?».

Отдельным блоком выступают обращения к администраторам или разработчикам игр: «Уважаемый почему вы обновляете часто...»; «Уважаемые админы игры, что опять за обнови?»; «уважаемые разработчики! Вот как вторые сутки я не могу войти в игру...»; «Господа модераторы, что опять с игрой?»; «Господа модераторы, может вы уже соизволили ответить?» и т.д.

– *Использование формул вежливости* соблюдается не всеми пользователями социальных сетей и мессенджеров, но, тем не менее, наблюдаются следующие тенденции. Во-первых, в язык интернета проникают социальные явления феминитивы (например, «*провизорка*», «*авторка*» и т.д.). Во-вторых, выражение иронии при языковой реализации благодарностей. Например:

«Пользователь 1: Издохни

Пользователь 2: Взаимно».

Ещё одной тенденцией является использование слов благодарности, заимствованных из английского языка: «*плиз*», «*иксключьми мэм*», «*бро ты лучший*», «*сорян*» и т. д. Также люди значительное внимание уделяют благодарностям, обращению за помощью и комплиментам, среди которых: «*спасибо*) **постарайюсь*»; «*успехов [смайл]*»; «*благодарю*)»; «*напомни закон этот, пж*»; «*давай удачи тебе на них*»; «*такой поддержки у меня ещё не было, спасибо*»; «*приятного*»; «*спасибого*»; «*приятного аппетита ахпхах*»; «*поздравляю*»; «*спасибо*»; «*приятно читать такие новости*»; «*ясно понятно спасибо за информацию*»; «*пожалуйста*» и т. д.

После конфликта, дискуссии или спора пользователи находят возможности договориться:

«Пользователь 1: рад что пришли к согласию

Пользователь 2: взаимно».

В блогах аудитория, подписанная на того или иного человека, преследует две цели – поддержка и оскорбление (актуально для блогеров с большой аудиторией). Небольшие блоги собирают, как правило, заинтересованную, лояльную аудиторию, поэтому комментарии в основном позитивные и вежливые. Они содержат в себе благодарность за информацию, поздравления и т.д. Например: «*Всегда пожалуйста*»; «*Спасибо :)*»; «*Спасибо, рада слышать*)»; «*Удачи вам*»; «*Спасибо!) Будем посмотреть*)»; «*Очень полезная инфа, спасибо*)»; «*Присоединюсь к поздравлениям*»; «*Жму руку*)»; «*Спасибо за идею для чтения*» и т.д.

Блогеры выработали тактику «*блогерской вежливости*», стараясь отвечать на каждый комментарий и создавая диалоги.

В мессенджерах, особенно в WhatsApp, выработалась своя система выражения вежливости и расположения, своя система этикета. Например, деловая переписка только в рамках рабочего дня, отказ от голосовых сообщений, поздравление с праздниками текстовыми сообщениями. Сообщения, у которых значится «пересланное сообщение», картинки и видео воспринимаются как спам и неуважение. Отдельная система сложилась в групповых чатах, у которых есть администраторы и правила, которые строго соблюдаются, за несоблюдение правил пользователи из таких чатов удаляются. В качестве примера приведём правила группового чата «АМУРЧАНКИ»:

«РАЗРЕШЕНО Делиться контактами. Отзывы. Вопрос-ответ.

акции новинки ежедневно

ЗАПРЕЩЕНО ♀□:

Пристрой животных

Картинки, видео, голосовые. Чужая реклама.

Ссылки на другие группы (тг, ватсап, вк и тд)

Сдача квартир, аренда ,продажа чего-либо.

Грубость и хамство.

Для новеньких:

Вступили, представьтесь, прикрепите ссылку на аккаунт инстаграм. О своём д. рождении сообщаете мне в лс день в день. Несоблюдение правил удаление из группы.

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1AP0Qdyz6akhptW4lke1YR4YaLcZ6Svqb6FXt3jIGMMM/edit> <https://forms.gle/xmPbxDX5zZdga7hv8>».

Или правила группы «БЛАГОВЕЩЕНКИ»:

«<https://chat.whatsapp.com/Hm736pWawSg9llgfRHeyGi>

Девочки ♥ группа создана из любви к женщинам, для общения/обмена ценной и интересной информацией

Пожалуйста, задавайте интересующие Вас вопросы, получайте отзывы о различных местах, заведениях и специалистах города/области

События г. Благовещенска и области

Лучше поставить на беззвучный режим, не интересует - просто проходим мимо

☞☐ ПРАВИЛА ГРУППЫ ☞☐

Здесь ничего не продаём и не покупаем

Реклама Ваших услуг, продукции, мероприятий: 2 раза в неделю по Вт и Сб (коллаж фото, видео, небольшой текст)

Мы «за» совместное времяпрепровождение - зовите в кафе, гости, на мероприятия и т.д

*Сообщение о Вашем ДР с удовольствием ждёт и опубликует в группе:
+7 924 682-68-82 Елена*

Строго запрещено:

Негатив, осуждение сообщений, грубость, хамство

Голосовые сообщения

Обсуждение войн, религий, ковид, рекомендации по лечению, пристрой животных и др. (Для этого есть соответствующие группы)

Вступили в группу - не стесняйтесь, представьтесь, расскажите о себе и скиньте приглашение и ссылки на Ваши контакты

♥☐ Все женщины прекрасны без исключения и достойны уважения ♥

С уважением, к каждой из Вас ».

В мессенджерах используются следующие формулы вежливости: «Спасибо!»; «спасибо за оперативность»); «Ждём решения, спасибо»); «Супер, спасибо»; «Поздравляю вас с чудесным, весенним праздником – 8 марта! Желаю...»; «Спасибо большое [эмодзи]»; «спасибо большое, Мишенька», «спасибо за ответ», «Поздравляю, Юлечка [эмодзи] ты большая молодец [эмодзи]», «Привет, буду благодарна если поделишься у себя информацией» и т.д.

В рамках деловой переписки допускается использование смайликов и эмодзи, само ведение становится более свободным. Например: «Извините, что

поздно»; *«Извините за долгий ответ – работа)»* или:

«Александра Анатольевна: Подскажите, пожалуйста, будете ли Вы работать в данном направлении?»

Пользователь: Запрос в работе, мне пока нечего вам ответить».

Одной из форм вежливости является исправление возможных опечаток, например:

*«Здравствуйте Юлия, вы **занимались** на прокат в среду. **записались***».*

Для этого используется знак «*», до или после которого человек пишет неправильно написанное слово правильно. Также при общении в мессенджере и возможности отклика на статусы людей, записанных в телефонной книге друга друга, развита и система поддержки – пользователи хвалят друг друга, поздравляют и, в том числе, выражают соболезнования. Например: *«Царствие небесное! И маме, и бабушке»; «соболезную»* и т.д.

– Достаточно часто участники чата уделяют внимание выяснению или обозначению географического расположения участников: *«У нас в Приморье это не примут, да весь ДВ не поймут»; «В Питере вряд-ли», «Кабардино- Балкария, вчера было +21, таже снега уже с 23февраля нет»; «Явно не про симферополь это»; «Москва [эמודзи]»; «Новый уренгой [эמודзи]»; «ямальцы пролистнут, у нас весна в мае [эמודзи]»; «ох, понимаю, тоже самое в Самаре»; «Оо, на последней фотографии г. Сыктывкар, района орбита))»; «А в Белгородской области по обстрелам»* и т.д.

В качестве основных тенденций можно отметить написание географических объектов с маленькой буквы и с ошибками, желание найти земляков и рассказать, как плохо или как хорошо в месте их проживания (например, *«уаааххххх, кбр 07 на связи [эמודзи] Прохладный))»*). Эти процессы происходят несмотря на то, что участники форума достаточно часто указывают место своего нахождения под аватаром. Но данный пункт регистрации не является обязательным, и поэтому он либо опускается, либо заполняется каким-нибудь «экстравагантным», возможно, нереальным «географическим расположением».

– Наиболее распространенной формой выхода из общения в чате можно назвать использование следующих формул: *«Пока-пока!!!»*; *«Всем пока! доброй ночи!!!»*; *«ПОКА народ!!!»*; *«Пока, снов всем сладких :)»*; *«Удачи, поки!»*; *«До новых встреч!»*; *«До свидания!»*; *«С вами сегодня не интересно! Пока!»*; *«никого интересного... ухожу в реальность!»*, *«пака»* и др.

Но бывают и более категоричные формулы прекращения общения: *«пожалуйста-спам»*; *«строчи мимо»*; *«дёргай в эротическое путешествие»* и т. д.

В мессенджерах, особенно в WhatsApp, прощание носит необязательный характер. Анализ практического материала показывает, что участники чатов нередко нарушают традиционные нормы речевого этикета, заканчивая свое пребывание в сети нивелированием завершающей стадии разговора – прощания, выходя из коммуникации не попрощавшись, что абсолютно не является нарушением норм речевого этикета в рамках жанра «чат», т. к. в сплошном потоке сообщений постоянно появляющихся на экране, достаточно трудно заметить вышедшего из общения собеседника, в случае же соблюдения данных правил речевого этикета касательно обязательного приветствия и прощания, на экране наблюдался бы только сплошной поток данных фраз. Анализ показывает, что участникам форумов совсем не требуется заканчивать свое сообщение какими-либо формулами прощания, т. к. в данном случае общение происходит в режиме до востребования (офлайн). В связи с этим, отсрочка в данном случае может составлять от нескольких минут до нескольких дней, и связано это может быть не только с формулировкой ответа или вопроса, но и с тем, что каждый собеседник бывает в Сети в разное, удобное для себя время, а некоторые участники форума могут жить в другом часовом поясе.

Говоря о нормах речевого этикета в виртуальной коммуникации жанров чата и форума, можно с уверенностью утверждать, что сеть Интернет внедряет новые стереотипы межличностного речевого поведения, а также новую форму существования самого языка и коммуникации в целом. Новый стиль жизни требует трансформации старых языковых средств коммуникации либо внедрения в него новых. Так, например, сленг, становясь общеупотребительной лексикой у

Интернет-пользователей, приближает виртуальную коммуникацию к жанру устной разговорной речи.

Таким образом, можно сделать вывод, что речевой стиль виртуальной коммуникации, находясь в тесной связи с традиционным разговорным стилем, в наибольшей степени способствует раскрепощению собеседников и повышает степень эффективности коммуникативного акта.

2.3 Проблема нарушения правил речевого поведения пользователями социальных сетей

Для интернет-коммуникации в последние годы актуализируется проблема соблюдения речевого этикета. Интернет даёт альтернативные формы общения и прогрессирует, постепенно заменяя реальное общение. Как ранее говорилось, исходя из данных нашего опроса «Общение в интернете», более половины опрошенных проводят в интернете более трёх часов, а почти пятая часть опрошенных – более трети времени бодрствования, что является значительным показателем.

Обращаясь к опросу, проведённому в рамках исследования, мы отмечаем, что интересными являются ответы респондентов на вопросы, касающиеся сетевого этикета и соблюдения его норм. На вопрос «Считаете ли вы необходимым соблюдать правила сетевого этикета при общении в интернете?» большинство опрошенных ответило «да» (55 человек – 90,2 %), три человека ответили «нет», три затруднились с ответом (по 4,9 %).

Разумным стало задать респондентам вопрос о том, известны ли им правила этикета в социальных сетях. Большинству опрошенных нормы общения в интернете оказались известными (50 человек – 82 %), 9 человек (14,8 %) не смогли однозначно ответить на вопрос, отрицательно ответили 2 человека (3,3 %).

На вопрос «Какие правила сетевого этикета вы соблюдаете при использовании сети Интернет?» респондентам предлагалось выбрать один или несколько вариантов ответов, отражающих известные правила интернет-общения, среди

которых: отказ от употребления нецензурных выражений; уход от инициирования конфликтных ситуаций; использование формул начала и завершения общения, обращения и вежливости; отказ от сленговых выражений; оперативность ответа на сообщение; отказ от использования капслока, чрезмерного количества смайлов, картинок, голосовых и видеосообщений. В ходе опроса были получены следующие результаты:

- «Не использую нецензурные выражения» – 65,6 % (40 чел.);
- «Не становлюсь зачинщиком конфликтных ситуаций» – 70,5 % (43 чел.);
- «Не использую чрезмерное количество смайлов» – 59 % (36 чел.);
- «Здоровуюсь и прощаюсь с человеком» – 67,2 % (41 чел.);
- «Обращаюсь к собеседнику по имени» – 55,7 % (34 чел.);
- «Не использую сленговые выражения» – 26,2 % (16 чел.);
- «Отвечаю на сообщение в короткий временной период» – 47,5 % (29 чел.);
- «Не пишу сообщения КАПСЛОКОМ» – 55,7 % (34 чел.);
- «Предпочитаю текстовые сообщения голосовым и видео-сообщениям» – 50,8 % (31 чел.);
- Вариант «Не соблюдаю ничего из вышеперечисленного» не выбрал ни один человек.

Таким образом, говоря о нарушениях сетевого этикета, можно выделить наиболее частотные варианты. Чаще всего опрошенные используют сленговые выражения (более 70 %), долго отвечают на сообщения (более 50 %), предпочитают голосовые и видеосообщения текстовым (около 50 %). Также пользователи при интернет-общении часто используют капслок и смайлики, а также забывают обращаться к собеседнику по имени (около 40 %). Многие забывают о формулах речевого этикета начала и завершения общения, формулах вежливости и инициируют конфликтные ситуации при интернет-коммуникации (около 30 %). Также около 30 % опрошенных используют нецензурные выражения. При этом на вопрос «Как Вы относитесь к оскорблениям в сети?» 36 человек (59 %) выразили отрицательное отношение, считая оскорбления неэтичными. 13 человек (21,3 %)

к оскорблениям в сети относятся спокойно, хотя не считают это вполне этичным. 8 человек (13,1 %) затруднились с ответом, а 4 человека (6,6 %) считают оскорбления нормальным явлением для общения в интернете.

Возможно, нарушения сетевого этикета возникают в связи с трудностями, возникающими в процессе интернет-коммуникации. Для этого в опросе для респондентов был подготовлен вопрос «Какие трудности испытываете при интернет-общении?». Никаких трудностей не испытывает 38 опрошенных или 62,3 % (варианты ответов «никаких» – 23 ответ, «нет» – 6 ответов, «—» – 2 ответа, «Не испытываю трудностей» – 2 ответа, «Никаких. Интернет-общение лишь дополняет общение оффлайн и компенсирует недостаток времени» – 1 ответ, «Не испытываю, общаюсь только со знакомыми» – 1 ответ, «Нет затруднений» – 1 ответ, «Вообще никаких» – 1 ответ, «Нет трудностей» – 1 ответ).

Более трети опрошенных пользователей испытывают следующие трудности:

– **адекватное понимание сообщения** – 11 человек (18 %). В данном аспекте опрошенные отмечают, что реальное отсутствие собеседника в поле зрения мешает адекватно оценивать интонации и эмоции, что часто порождает конфликтные ситуации (варианты ответов: «В виду широкой аудитории, не всегда собеседники могут совпадать по ценностям (в Инстаграм), в связи с чем можно получить не адекватный ответ или реакцию на свою публикацию»; «В отсутствии собеседника нужно очень тщательно подбирать слова, формулировать мысль. При живом общении эмоции помогают избежать недопонимания»; «Боюсь быть неправильно понятой (неправильно поймёт сообщение или смайлик)»; «Человек, не слыша интонацию, додумывает за других контекст сообщений»; «Отсутствие интонации и невозможность понять настроение собеседника»; «Не всегда понятны эмоции и намерения собеседника»; «Легко развивается конфликт из-за недопонимания»; «Не могу видеть человека. Понимать интонацию»; «Отсутствие личного общения»; «Не понимание»; «Трудна»);

– **использование голосовых сообщений вместо текстовых**, что требует дополнительных ресурсов от адресата (времени для прослушивания, тишины

или подходящей ситуации и др.) – 3 человека (4,9 %). Варианты ответов: «Прислушивание голосовых сообщений от собеседника. Сложно воспринимать информацию через аудио»; «Когда присылают аудио, а ты не в подходящей ситуации, чтобы послушать»; «Не люблю аудиозвонки и видеозвонки»;

– в то же время, адресанты (3 человека – 4,9 %), предпочитающие голосовые сообщения текстовым, отмечают свои трудности – *нежелание набирать текст* (варианты ответов: «Долго набирать подробный текст, поэтому речь упрощается»; «Скорость набирания текстового сообщения»; «Лень писать сообщения»);

– *технические трудности* – 3 человека (4,9 %), среди которых «Смена телефонов и потеря паролей от аккаунтов», отсутствие доступа в интернет («Часто приходится переключать VPN»; «Когда интернет пропал»);

– *оперативность ответа* – 2 человека (3,3 %) (варианты ответов: «Сложность в структуризации большого количества поступающих сообщений»; «во время отвечать – это трудно»);

– *грамотность* – 1 человек (1,6 %). Для многих очень важным критерием оценивания собеседника, влияющим на желания общаться, является грамотность (орфография, пунктуация и т.д.) (вариант ответа: «Когда у собеседника отсутствуют знаки препинания»).

Наряду со значительными изменениями норм этикета письменной речи в интернет-среде появляются новые формы его нарушения (наряду с традиционными). Нарушение сетевого этикета Д. Джонсон относит к одному из видов проблемного поведения наряду с деструктивным (деятельность хакеров, распространение вирусов) и противоправным (кибермошенничество, воровство, преследование, распространение клеветы). К его формам в первую очередь относятся *флейм* и *спам*.

Под флеймом (англ. «flame» – «пламя») понимается продолжительный, оскорбительный спор в электронном сообществе, словесная война⁴⁸. Флейм начинается с бурного обсуждения какой-либо темы, в ходе которой некоторые

⁴⁸ Малюк А. А., Полянская О. Ю., Алексеева И. Ю. Этика в сфере информационных технологий. М., 2011. С. 192.

люди (флеймеры) переходят на личности, что приводит к словесным баталиям. Прекращается либо вследствие вмешательства модератора, либо наступления усталости участников. По типу флеймера выделяют инициативный (интенционный) и реактивный (реакционный) флейм. Инициативный предполагает наличие провокатора, реактивный – неадекватно реагирующих собеседников. К классическим видам реактивного флейма относят: флейм по поводу засорения Сети, флейм в адрес несведущих новичков, RTFM-флейм (возникающий вследствие появления вопросов, на которые легко найти ответы), война правок (в ответ на ошибки в тексте), флейм в ответ на рекламные сообщения⁴⁹.

Инициативный вид флейма также называется *троллингом* (англ. «trolling» – «ловля рыбы на блесну»). К разновидностям троллинга относятся:

– массовые провокации (разгорается, как правило, по поводу «скользких» тем);

– столкновение людей путем рассылки сообщения, касающегося противоборствующих групп;

– «научно-художественный» флейм (основан на размещении фальсифицированных научных или художественных материалов);

– грубый флейм (намеренно агрессивный, ничем не обоснованный).

Наиболее адекватной реакцией на троллинг может быть однократное, спокойное высказывание по поводу собственной позиции с последующим прекращением диалога (полилога), жалоба модератору, если возможно, занесение собеседника в «чёрный список». В случае желания высказаться эмоционально рекомендуется заключать сообщение в кавычки «flame on» (в начале) и «flame off» (в конце реплики). Возможным способом реакции на флейм также является игнорирование, которое далеко не всегда останавливает провокатора⁵⁰.

К нарушениям речевого интернет-этикета, представляющим собой отправку лишней информации, относятся *флуд* и *спам*. Флуд (англ. «flood» –

⁴⁹ Интернет-коммуникация как новая речевая формация: колл. монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. М., 2012. 328 с.; Малюк А. А., Полянская О. Ю., Алексеева И. Ю. Этика в сфере информационных технологий. М., 2011. 344 с.

⁵⁰ Малюк А. А., Полянская О. Ю., Алексеева И. Ю. Этика в сфере информационных технологий. М., 2011. С. 203.

«наводнение») – заполнение коммуникативного ресурса ненужной, бесполезной информацией за счет повторения одинаковых реплик, отправки громоздких сообщений, сообщений не по теме⁵¹. Флуд отличается от спама меньшим объемом, нерекламным характером информации, местом концентрации (различные группы общения).

Преимуществом с традиционными формами нарушения речевого этикета проявляется в употреблении нецензурной лексики, которое, как правило, продолжает табуироваться в Интернете администраторами сайтов и восприниматься как недопустимое. Однако широкое развитие языковой игры в Сети повлекло за собой появление эвфемизмов (слов и словосочетаний, заменяющих более грубые синонимы): «абзац», «хз» и т.д.; в том числе графических: «3,14...» («пи...»), «2,71...» («е...»)⁵².

В исследуемом материале нам встретились следующие примеры: *«походу это твоя мамка с сыном мамкиной подруги»; «сукин сын»; «ну тупыыыые»* (с отсылкой к фразе М. Задорного из монолога об американцах); *«ты чё додбаеб или додбаеб?»; «админ петух»; «новость дебилов для дебилов»; «выкиньтесь из окна со своей депрессией»; «чтоб вы сдохли спамеры»; «админ просто даун»; «вы тупая»; «хах, ещё один обиженный жизнью ребёнок»; «люди совсем охренели»; «дебилизм»; «жсопы бабуина, а не женщины»* и т.д.

Тенденцией является неуважительное и оскорбляющее обращение к собеседнику (*«пхех, типичная агрошкола»; «лечись иди старый маразматик»*) и обращение к нему в среднем роде (*«тише животное»; «вы кто существо»*).

Причиной для конфликта в ситуации интернет-коммуникации может послужить любой повод.

Таким образом, этикет письменной речи в Интернете получает значительное переосмысление, наблюдается изменение некоторых традиционных правил, появляются новые формы его нарушения. Данные процессы происходят стихийно, что создает необходимость выработки помимо единых, декларативных

⁵¹ Интернет-коммуникация как новая речевая формация: колл. монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. М., 2012. С. 56.

⁵² Там же. С. 56.

норм речевого поведения в Глобальной сети, нормы, адекватные традициям конкретных языков, а также тенденциям развития виртуального общения. В соответствии с языковыми традициями нам представляется адекватным разделение норм речевого письменного веб-этикета на обязательные и рекомендуемые. К обязательным нормам русского языка можно отнести: недопустимость смешения местоимений «ты» и «Вы», опущения речевых формул приветствия и прощания, употребления нецензурной лексики и эвфемизмов, напоминающих их по написанию. По отношению к деловой виртуальной речи: сохранение последовательности приветствия и представления, запрет на обращение по имени без отчества, употребление уменьшительно-ласкательных суффиксов и других проявлений фамильярности. К рекомендуемым можно отнести: употребление традиционных этикетных формул (знакомства, приветствия, прощания, благодарности и т.д.), нежелательность аббревиации данных формул.

Тенденции развития виртуального общения порождают новые нормы, обусловленные изменением форм передачи сообщений, речевого поведения. Вместе с тем следует учитывать, что виртуальное пространство – чрезвычайно динамичная система, что диктует необходимость, с одной стороны, постоянного обновления частных правил речевого веб-этикета, с другой – выработки актуальных условий сохранения основополагающих норм. В современном мире формирование данных условий должно основываться в первую очередь на привлечении интереса к веб-этикету. Такими условиями могут быть: преподавание основ веб-этикета в образовательных учреждениях путем его включения в содержание отдельных дисциплин («Русский язык», «Информатика» и т.д.) или создания элективных курсов; популяризация идей сетевого этикета в самом Интернете на известных порталах, сайтах, связанных с данной проблемой (например, «Грамота.ру»), в социальных сетях путем создания групп, привлечение пользователей к участию в его обновлении; частое обсуждение данной проблемы в СМИ и т. д.

ВЫВОДЫ ПО ВТОРОЙ ГЛАВЕ

Во второй главе данной работы была рассмотрена реализация норм и правил речевого этикета в интернет-коммуникации в самых востребованных жанрах – чата и форума в рамках их функционирования в социальных сетях. Были проанализированы результаты проведённого опроса «Общение в интернете», а также – собранный материал. Были проанализированы используемые формулы речевого этикета, тенденции их использования в зависимости от социальной сети и жанра интернет-коммуникации, а также их нарушение и причины возникновения нарушений речевого этикета.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе исследования были рассмотрены история возникновения, правила и нормы русского речевого этикета и особенности речевого этикета интернет-коммуникации, что позволило сделать вывод о существовании негласного свода норм и правил сетикета. Но текстовое интернет-общение – слишком широкая категория, которая не имеет единого речевого этикета, идеально подходящего под все социальные требования. Это подтверждается наличием разных ситуаций общения – официальная и деловая переписка, повседневное общение в сети и т.д., для которых существуют свои нормы и нарушения речевого этикета. Деловой речевой этикет применяется в среде незнакомых друг с другом людей, в сфере обслуживания и на деловых переговорах. Повседневный речевой этикет является наиболее простым для освоения и распространённым среди людей. Соблюдение его правил не требует дополнительных усилий. Воспитанный и интегрированный в общество человек соблюдает большинство правил и норм речевого этикета автоматически и осуждают нарушения, делая собеседникам замечания.

Так, при официальной переписке не рекомендуется использовать эмодзи, смайлы и т.д., но при переписке в WhatsApp это становится допустимым. При общении с незнакомыми людьми или людьми старшего возраста используются привила речевого этикета, характерные для устного общения – обращение по имени, приветствие, даже несмотря на предварительный звонок и т.д. Этикет электронной официально-деловой переписки становится либеральнее, приобретая разговорные черты (эмоционально окрашенный синтаксис, инверсия, эллипсис). При этом электронные сообщения, представляющие собой, как правило, частый обмен информацией между коллегами носят менее официальный характер, чем письма.

Это позволило сделать вывод о том, что речевой этикет интернет-коммуникации – это этикет письменной речи, но видоизменённой и упрощённой. Это связано в первую очередь с возможностью взаимодействия «многих со многими» в глобальном масштабе и анонимностью. Эти свойства наряду с привычными для

любого общения свойствами создают новые шаблоны речевого поведения в Сети. Также специфика интернет-коммуникации также обусловлена, с одной стороны, изменением формы (графики) письменной речи (появлением разнообразных шрифтов, дополнительных средств передачи информации (эмотиконов и т.д.), с другой – лингвистическими особенностями виртуального общения. Изменение графического облика переписки повлекло за собой выработку правил, не рекомендующих использовать смайлы в официальной переписке, заглавные буквы (воспринимающиеся как крик), разные шрифты, отправлять вложенные файлы без сопроводительного текста, письма с незаполненным полем «Тема», вести личные беседы в общей теме форума и т.д.

Поле рассмотрения основных понятий и выявления специфики интернет-коммуникации в различных формах и жанрах, нами был проанализирован собранный материал (личные сообщения и сообщения групповых чатов в WhatsApp за период с 1 по 31 марта 2023 года, комментарии в официальном телеграм-аккаунте администрации города Благовещенска, комментарии под публикациями сообществ в «ВКонтакте» и «Одноклассники», а также комментарии в блоге на «Яндекс.Дзен»).

Проанализировав особенности речевого этикета интернет-коммуникации, нами были выявлены нормы сетикета и нарушения речевого этикета. С одной стороны, анализ функционирования различных социальных сетей, мессенджеров и хостингов позволяет говорить о наличии нормативной документации, регламентирующей требования к структуре и контенту, – наличие администраторов и модераторов групп, сообществ и групповых чатов, правил поведения (запреты и нормы) и т. д.

С другой стороны, анализ текстовой информации форумов, чатов, комментариев и сообщений в социальных сетях свидетельствует о видоизменении и нарушении этических норм и русского речевого этикета. В некоторых случаях функцию контроля за содержанием общения осуществляют администраторы, которые отслеживают, не допускаются ли нецензурные выражения, националисти-

ческие выражения, экстремистские материалы, оскорбления личности и др. Вместе с тем, в большинстве случаев, администраторы социальных сетей игнорируют нарушение норм и правил речевого поведения, речевого этикета, которые допускают пользователи сети. Общение в личных сообщениях, чатах, форумах, блогах ведётся неформально, чаще всего без соблюдения этических норм и русского национального речевого этикета.

Письменная речь в интернете приобретает преимущественно разговорный характер и, реализуясь в виртуальной среде, начинает менять свои качественные характеристики. Так, из-за возможности вести беседу с жителями разных поясов или в связи с временным разрывом в общении зачастую участники используют универсальные формулы начала общения: «всем доброго дня», «здарова», «здрате». «ку чат», «дорова», «привет», которые не акцентируют внимание на конкретном времени суток. Это характерно как для групповых чатов, так и для сообществ. Для блогов приветствие для начала общения характерно лишь при написании постов от автора, для комментариев приветствие нехарактерно (в ходе исследования не встретилось ни одного примера). Если говорить об общении в формате чата на примере WhatsApp, то зачастую приветствие носит необязательный характер.

Чаще всего наблюдается нивелирование каких-либо различий между пользователями и общение на «ты», но многие пользователи придерживаются правила общения с незнакомыми людьми на «Вы». В блогах и сообщениях в WhatsApp сохраняется нормативное использование «ты»- и «вы»-форм.

Если говорить о формулах обращения, то в комментариях социальных сетей и блогов пользователи чаще всего используют функцию «ответить», что позволяет не писать имени пользователя, к которому обращается тот или иной участник. Это происходит автоматически. Поэтому существует тенденция пропуска обращений. Использование обращений используется либо для подчёркивания близких отношений, либо в жанре группового чата для обращения к конкретному человеку.

Если говорить о формулах вежливости, то блогеры выработали тактику

«блогерской вежливости», стараясь отвечать на каждый комментарий и создавая диалоги. В мессенджерах, особенно в WhatsApp, выработалась своя система выражения вежливости и расположения, своя система этикета. Например, деловая переписка только в рамках рабочего дня, отказ от голосовых сообщений, поздравление с праздниками текстовыми сообщениями. Сообщения, у которых значится «пересланное сообщение», картинки и видео воспринимаются как спам и неуважение.

Если говорить о формулах завершения общения, то в мессенджерах и личных переписках, особенно в WhatsApp, прощание носит необязательный характер. Анализ практического материала показывает, что участники чатов нередко нарушают традиционные нормы речевого этикета, заканчивая свое пребывание в сети нивелированием завершающей стадии разговора – прощания, выходят из коммуникации не попрощавшись, что абсолютно не является нарушением норм речевого этикета в рамках жанра «чат».

Данное исследование показало, что язык интернет-коммуникации интересен не только с точки зрения функционирования лексических, пунктуационных, графических и иных единиц, но и с точки зрения существования и функционирования собственного речевого этикета, а также речевого поведения участников общения. Это позволяет говорить о возможности продолжения разработки данной темы в новых исследованиях.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Акишина, А. А. Русский речевой этикет : практикум вежливого речевого обращения : учебное пособие для студентов-иностранцев / А. А. Акишина, Н. И. Формановская. – Изд. 3-е, испр. – М. : ЛИБРОКОМ, 2009. – 181 с.
2. Акишина, А. А. Этикет русского письма : учебное пособие / А. А. Акишина, Н. И. Формановская. – 8-е изд. – М. : Ленанд, 2016. – 208 с.
3. Александрова, О. В. Соотношение устной и письменной речи и язык СМИ / О. В. Александрова // Язык средств массовой информации / Под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический проект; Альма Матер, 2008. – С. 337-348.
4. Балакай, А. Г. Русский речевой этикет и принципы его лексикографического описания : автореф. дис. ... докт. филол. наук : 10.02.01 / А. Г. Балаклай. – Орёл : Орлов. гос. ун-т, 2002. – 40 с.
5. Балаклай, А. Г. Словарь русского речевого этикета : около 6000 этикетных слов и выражений / А. Г. Балаклай. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : АСТ, 2007. – 767 с.
6. Бахтин, М. М. Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин // Бахтин, М. М. Собрание сочинений : в 7-ми т. / М. М. Бахтин. – М. : Русские словари, 1997. – Т. 5. – С. 159-260.
7. Белых, И. Н. Этикет письменной речи в интернете [Электронный ресурс] / И. Н. Белых. – Режим доступа : <https://elibrary.ru/item.asp?id=27480431>. – 23.03.2023.
8. Белянкина, М. А. Языковая репрезентация личности в социальных сетях Рунета (на материале текстов сайта <http://vk.com>) / М. А. Белянкина // Семантика. Функционирование. Текст : межвузовский сборник научных трудов. – Киров : Радуга-ПРЕСС, 2013. – С. 69-73.
9. Бондарко, А. В. Грамматическое значение и смысл / А. В. Бондарко. – Л. : Наука, 1978. – 176 с.

10. Борисенко, А. С. Культура речи в виртуальной среде / А. С. Борисенко // Современная наука : актуальные проблемы теории и практики. – Серия «Гуманитарные науки». – 2015. – № 03-04. – С. 51-53.
11. Брызгунова, Е. А. Связь внутренних законов языка с нормой устной и письменной речи / Е. А. Брызгунова // Язык средств массовой информации / Под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический проект; Альма Матер, 2008. – С. 329-336.
12. Буторина, Е. П. Русский язык и культура речи : учебное пособие / Е. П. Буторина, С. М. Евграфова. – М. : ФОРУМ, 2014. – 288 с.
13. Введенская, Л. А. Русский язык и культура речи : Учебное пособие для вузов / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова, Е. Ю. Катаева. – 12-е изд. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2005. – 544 с.
14. Виноградова, Т. Ю. Специфика общения в Интернете [Электронный ресурс] / Т. Ю. Виноградова // Русская и сопоставительная филология : Лингвокультурологический аспект. – Казань, 2004. – С. 63-67. – Режим доступа : http://www.philology.ru/linguistics1/vinogradova_t-04.htm. – 20.03.2023.
15. Винокур, Т. Г. Закономерности стилистического использования языковых единиц / Т. Г. Винокур. – М. : Наука, 1980. – 237 с.
16. Выступление Павла Воли : Сокращения и смайлики [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.youtube.com/watch?v=XtR5TrGaSWc> – 15.03.2023.
17. Газизов, Р. А. Речевой этикет в Интернете / Р. А. Газизов // Культура общения и её формирование. – Воронеж : Истоки, 2007. – Вып. 19. Межвузовский сборник научных трудов. – 174 с.
18. Голошубина, О. К. Нормы речевого этикета в интернет-коммуникации (на примере речевого жанра «разговор в мессенджере») / О. К. Голошубина // Молодой учёный. – 2014. – № 8 (67). – С. 944-947.
19. Гольдин, В. Е. Речь и этикет / В. Е. Гольдин. – М. : Просвещение, 1983. – 129 с.
20. Гольдин, В. Е. Этикет и речь / В. Е. Гольдин. – 3-е изд., доп. – М. :

URSS, 2009. – 115 с.

21. Горошко, Е. И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии / Е. И. Горошко // Жанры речи. – Саратов : Наука, 2009. – Вып. 6. «Жанр и язык». – С. 11-27.

22. Горошко, Е. И. Интернет-коммуникация : настоящее и будущее / Е. И. Горошко // О некоторых чертах цивилизации будущего : научное издание по материалам Международного Форума к 90-летию со дня рождения академика РАН Н. Н. Моисеева / под ред. А. Т. Никитина, С. А. Степанова. – М. : Изд-во МНЭПУ, 2008. – С. 281-285.

23. Горошко, Е. И. Лингвистика Интернета : формирование дисциплинарной парадигмы / Е. И. Горошко // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. – Орел : Картуш, 2007. – Вып. 5. – С. 223-237.

24. Горошко, Е. И. Современная Интернет-коммуникация : структура и основные параметры / Е. И. Горошко // Интернет-коммуникация как новая речевая формация : коллективная монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. – М. : Флинта : Наука, 2012. – С. 9-52.

25. Двойнина, Е. В. Речевая манипуляция в интернет-дискурсе : автореф. дис. ... ка. филол. н. : 10.02.19 / Е. В. Двойнина. – Саратов : Саратов. гос. ун-т им. Н.Г. Чернышевского, 2010. – 22 с.

26. Дедова, О. В. О языке Интернета / О. В. Дедова // Вестник Московского университета. Сер. 9. Филология. – 2010. – № 3. – С. 25-38.

27. Долгова, Т. В. К вопросу об англоязычных заимствованиях в современном русском языке / Т. В. Долгова // В мире науки и искусства : вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. – Новосибирск : НП «СибАК», 2015. – № 44. – С. 86-91.

28. Ефремова, Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный : В 2 т. / Т. Ф. Ефремова. – М. : Русский язык, 2000. – Т. 1. А – О. – 1213 с.

29. Ефремова, Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный : В 2 т. / Т. Ф. Ефремова. – М. : Русский язык, 2000. – Т. 2. П – Я. –

1084 с.

30. Золотова, Г. А. Коммуникативная грамматика русского языка / Г. А. Золотова, Н. К. Онипенко, М. Ю. Сидорова. – М. : Изд-во МГУ, 1998. – 524 с.

31. Иванов, Л. Ю. Язык в электронных средствах коммуникации / Л. Ю. Иванов // Культура русской речи. – М. : Флинта: Наука, 2003. – С. 793.

32. Иванов, Л. Ю. Язык Интернета : заметки лингвиста / Л. Ю. Иванов // Словарь и культура русской речи. – М. : Индрик, 2000. – С. 131-148.

33. Интернет-коммуникация как новая речевая формация : коллективная монография / Науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2012. – 328 с.

34. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – Изд. 4-е, стер. – М. : КомКнига, 2006. – 284 с.

35. Калинина, Л. В. Семантика и функционирование лексемы бро в интернет-коммуникации / Л. В. Калинина // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – Н. Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2015. – № 2. – Часть 2. – С. 411-414.

36. Капанадзе, Л. А. Структура и тенденции развития электронных жанров [Электронный ресурс] / Л. А. Капанадзе // Русский язык. Приложение к газете «Первое сентября». – 2002. – № 21. – Режим доступа : <http://rus.1september.ru/2002/21/7>. – 03.03.2023.

37. Колокольцева, Т. Н. Диалогичность в жанрах интернет-коммуникации (чат, форум, блог) / Т. Н. Колокольцева // Жанры речи. – 2016. – № 2 (14). – С. 96-104.

38. Колокольцева, Т. Н. Интернет-коммуникация как зеркало основных тенденций развития и функционирования русского языка / Т. Н. Колокольцева // Грани познания. – № 4 (14). – Волгоград, 2011. – С. 13-17.

39. Комова, Т. А. Речевые стереотипы и речевое поведение / Т. А. Комова // Язык средств массовой информации / Под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический проект; Альма Матер, 2008. – С. 284-294.

40. Компанцева, Л. Ф. Интернет-коммуникация: когнитивно-прагматический и лингвокультурологический аспекты / Л. Ф. Компанцева. – Луганск : Знание, 2007. – 444 с.
41. Костомаров, В. Г. Русский речевой этикет / В. Г. Костомаров // Русский язык за рубежом. – 1967. – № 1. – С. 56-62.
42. Кронгауз, М. А. Мем в русскоязычном Интернете : опыт деконструкции / М. А. Кронгауз // Русский язык и новые технологии / под ред. М. В. Ахметовой, В. И. Беликова. – М. : Новое литературное обозрение, 2014. – С. 87-95.
43. Кубрякова, Е. С. Семантика в когнитивной лингвистике / Е. С. Кубрякова // Известия РАН. – Сер. лит. и яз. – 1999. – Т. 58. – №5-6. – С. 3.
44. Ломов, А. М. Типология русского предложения / А. М. Ломов. – Воронеж : ВГУ, 1994. – 280 с.
45. Малюк, А. А. Этика в сфере информационных технологий / А. А. Малюк, О. Ю. Полянская, И. Ю. Алексеева. – М. : Горячая линия-Телеком, 2011. – 344 с.
46. Маслова, В. А. Лингвокультурология : учеб. пособие для студентов высших учебных заведений / В. А. Маслова. – М. : Академия, 2001. – 202 с.
47. Мечовская, Н. Б. Естественный язык и метаязыковая рефлексия в век Интернета / Н. Б. Мечовская // Русский язык в научном освещении. – 2006. – № 2 (12). – С. 165-185.
48. Морозова, О. Е. Концептосфера молодёжного сленга / О. Е. Морозова // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – Н. Новгород : ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2015. – № 2. – Часть 2. – С. 478-482.
49. Морозова, О. Н. Особенности Интернет-коммуникации: определение и свойства / О. Н. Морозова // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2010. – № 5. – С. 150-158.
50. Морослин, П. В. Есть ли речевой этикет в Интернете? / П. В. Морослин // Русская речь. – 2009. – № 4. – С. 50-54.
51. Нашхоева, М. Р. Типология жанров интернет-коммуникации / М. Р. Нашхоева // Лингвистика и науки о языке (Linguistics) // Международный

научный журнал «Вестник Науки». – 2023. – № 1 (58). – Т. 4. – С. 208-212.

52. Речевой этикет // Большая Российская энциклопедия : в 35 т. / Отв. ред. С. Л. Кравец. – М. : Большая Российская энциклопедия, 2015. – Т. 28. – С. 454.

53. Розина, И. Н. Компьютерно-опосредованная коммуникация в педагогическом и научном взаимодействии / И. Н. Розина // Коммуникация : теория и практика в различных социальных контекстах (Коммуникация – 2002). Материалы международной научно-практической конференции, г. Пятигорск, 03-06 июня 2002 года. – Пятигорск : ПГЛУ, 2002. – Часть I. – С. 138-145.

54. Рязанцева, Т. И. Некоторые особенности реализации коммуникативных принципов и стратегий в условиях компьютерного опосредованного общения / Т. И. Рязанцева // Вестник Московского Университета: Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2007. – № 1. – С. 202-211.

55. Савилова, С. Л. Жанры интернет-коммуникации студенческого сообщества / С. Л. Савилова, Т. З. Чан, Т. А. Нгуен // Молодой ученый. – 2015. – № 11 (91). – С. 1679-1681.

56. Селютин, А. А. Коммуникативная природа социальных сетей : статус как элемент коммуникативной структуры / А. А. Селютин // Знак : проблемное поле медиаобразования. – Челябинск, 2010. – Т. 2. – № 6. – С. 105-107.

57. Смирнов, Ф. О. Естественный язык и компьютер: деструктивное влияние или очередной этап эволюции? [Электронный ресурс] / Ф. О. Смирнов // Флогистон : Психология из первых рук. – 2004. – Режим доступа : http://flogiston.ru/articles/netpsy/smirnov_evaluation. – 15.03.2023.

58. Смольянинова, Е. С. Нормы речевого этикета в виртуальной коммуникации жанров чата и форума / Е.С. Смольянинова // Вестник ВГУ. – Серия Серия «Филология. Журналистика». – 2009. – № 2. – С. 101-103.

59. Трепак, Я. В. Теоретические аспекты компьютерно-опосредованной коммуникации / Я. В. Трепак // Вестник Московского университета. – Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2011. – № 4. – С. 131-137.

60. Формановская, Н. И. Речевой этикет и культура общения / Н. И. Формановская. – М. : Высшая школа, 1989. – 156 с.
61. Формановская, Н. И. Речевое взаимодействие : коммуникация и прагматика / Н. И. Формановская. – М. : ИКАР, 2007. – 478 с.
62. Формановская, Н. И. Речевой этикет. Русско-английские соответствия / Н. И. Формановская, С. В. Шевцова. – М. : Высшая школа, 1990. – 48 с.
63. Формановская, Н. И. Русский речевой этикет : лингвистический и методический аспекты / Н. И. Формановская. – М. : Ленанд, 2020. – 160 с.
64. Формановская, Н. И. Употребление русского речевого этикета / Н. И. Формановская. – 2-е изд. – М. : Русский язык, 1984. – 191 с.
65. Шаховалова, Е. Г. Проблемы соблюдения речевого этикета в интернет-коммуникациях / Е. Г. Шаховалова, Н. Н. Шаховалов // Вопросы журналистики, педагогики и языкознания. – 2020. – № 39 (3). – С. 455-465.
66. Щукин, А. Н. Лингводидактический энциклопедический словарь : более 2000 единиц / А. Н. Щукин. – М. : Астрель: АСТ: Хранитель, 2007. – 746 с.
67. Этикет [Электронный ресурс] // Большой толковый словарь по культурологии / Б. И. Кононенко. – М. : Вече : АСТ, 2003. – Режим доступа : https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_culture/2624/%D0%AD%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B5%D1%82. – 25.03.2023.
68. Янко, Т. Е. Интонационные стратегии русской речи в сопоставительном аспекте / Т. Е. Янко. – М. : ЯСК, 2008. – 312 с.
69. Янко, Т. Е. Коммуникативные стратегии русской речи / Т. Е. Янко. – М. : ЯСК, 2001. – 382 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Материалы к выпускной квалификационной работе

A.1 Виды вежливости

A.2 Черты вежливости

A.3 Средства выражения коммуникативной этики

A.4 Результаты опроса «Общение в интернете» (статистика)

A.5 Материалы исследования