

ВЕРБАЛЬНАЯ АГРЕССИЯ В МЕДИАСРЕДЕ И ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ КУЛИНАРНОГО РЕАЛИТИ-ШОУ *PROSTŘENO!)**

Йиндржишка Свободова

доктор философии, старший преподаватель,
философский факультет, Университет
Палацкого в Оломоуце

Почтовый адрес: ул. Кршижковского, 10,
Оломоуц, 77180 Чехия

Электронный адрес: jindriska.svobodova@upol.cz

Аннотация

Статья посвящена теме (не)вежливости и вербальной агрессии в медиасреде и онлайн-коммуникации. Были проанализированы выпуски реалити-шоу *Prostřeno!* (чеш. «Готово!») за две недели и связанные с ними онлайн-дискуссии. Телевидение и интернет вывели общение, которое раньше было личным, в публичную сферу. Однако выбор стратегии общения зависит от типа медиа, а также от конкретной ситуации. Каждый участник шоу настроен на победу и прикладывает усилия, чтобы представить себя в выгодном свете. Поскольку участники рискуют потерять лицо в результате открытой конфронтации, они обычно избегают прямых нападок, предпочитая разговоры за спиной. Такое поведение является частью шоу, к этой стратегии их подталкивают организаторы. Благодаря анонимности в онлайн-дискуссиях коммуниканты могут оценивать и критиковать открыто. Анонимная среда защищает пользователей от потери лица, поэтому зрители используют ее, чтобы распространять сплетни и оскорблять участников. Анализ корпуса подтвердил гипотезу о том, что, если собеседники могут общаться анонимно, их вербальная агрессивность возрастает.

Ключевые слова

Лицо, медиа- и онлайн-коммуникация, (не)вежливость, речевая агрессия

Статья поступила в редакцию 10 февраля 2021 г.

Цитирование: Свободова Й. Вербальная агрессия в медиасреде и онлайн-коммуникации (на примере кулинарного реалити-шоу *Prostřeno!*) // Славянский мир в третьем тысячелетии. 2021. Т. 16. № 1–2. С. 56–80. <https://doi.org/10.31168/2412-6446.2021.16.1-2.03>

* Оригинальная британская версия этой передачи носила название *Come Dine with Me*, в Чехии его перевели как *Prostřeno!* («Готово!»), а российскому зрителю она знакома как «Званный ужин». – *Прим. пер.*

VERBAL AGGRESSIVENESS IN COMMUNICATION IN MEDIA AND ONLINE. A CASE STUDY OF THE TV COOKING SHOW *PROSTŘENO!*

Jindřiška Svobodová

Ph.D., Assistant Professor, Faculty of Arts,
Palacký University in Olomouc
Postal address: Křížkovského 10, Olomouc,
77180 Czech Republic
E-mail: jindriska.svobodova@upol.cz

Abstract

The article is dedicated to the topic of im/politeness and verbal hostility in online and media communication environments. Two weeks' series of the reality show *Prostřeno!* (*Laid Out!* – original British version is *Come Dine with Me*) have been analysed, together with the related online discussions. TV media and the online environment make it possible for speakers to use the interactive texts, normally constructed as acts of private communication in public settings. The choice of communicative strategies still depends on the particular type of medium and the situational context which it creates. Participants in reality TVs who construct communicative acts in face-to-face interaction with others react to the social context established by the show: each contestant is highly motivated by his/her wishes to win, and therefore is making an effort to convince all participants of his/her positive face. Since the contestants might be threatened by the loss of face resulting from open confrontation they usually avoid direct attacks; they prefer slander, which is a part of the show and the act that the contestants are incited to carry out. The online discussions are a medium of anonymity which encourages interlocutors to evaluate and criticize openly. Since such an environment protects users from the potential loss of their own face, viewers of the reality TV use it to threaten the face of the contestants with gossip or harsh and rude vocabulary. The analysis of the corpus confirmed the hypothesis that if the interlocutors can communicate anonymously, their verbal aggressiveness increases.

Keywords

Face, media and online communication, im/politeness, verbal aggression

Received 10 February 2021

How to cite: Svobodová, J., 2021. Verbal'naiia agresiiia v mediasrede i onlain-kommunikatsii (na primere kulinarnogo realiti-shou *Prostřeno!*) [Verbal Aggressiveness in Communication in Media and Online. A Case Study of the TV Cooking Show *Prostřeno!*]. *Slavic World in the Third Millennium*, 16, 1–2, pp. 56–80. <https://doi.org/10.31168/2412-6446.2021.16.1-2.03>

ВВЕДЕНИЕ

Программное наполнение частных телевизионных каналов демонстрирует значительный интерес зрителей к передачам, тяготеющим к жанру так называемого реалити-шоу. Основой формата является

коммуникативная деятельность людей, не имеющих какого-либо профессионального отношения к медиасреде и, как правило, не являющихся опытными и обученными ораторами. В этих случаях распределение кругов коммуникативной активности происходит следующим образом: на первом плане находится непосредственное общение лицом к лицу между соревнующимися, отбор которых, по-видимому, зависит от конфликтного потенциала, вытекающего из структуры их личностей, причем вербальные проявления этого узкого коммуникационного круга транслируются участникам второго, более широкого круга, то есть телезрителям. Трендом, связанным с развитием технологий, является создание новой коммуникационной платформы – третьего коммуникационного круга, формируемого онлайн-дискуссиями, где телезрители высказываются о просмотренном материале и получают трибуну для выражения своих субъективных и часто очень экспрессивных оценок.

Мы рассмотрим коммуникативную деятельность, реализованную непосредственно участниками реалити-шоу и впоследствии – в рамках связанных с ним онлайн-дискуссий, а также сравним использованные стратегии, которые были нацелены на подрыв имиджа коммуникативных партнеров. Материал для анализа мы получили путем расшифровки выпусков кулинарного реалити-шоу *Prostřeno!* (чеш. «Готово!») за две недели, которое транслировалось частным телевизионным каналом *Prima*¹, и последующих дискуссий². При работе с текстами мы проанализируем, насколько отличаются используемые стратегии и средства намеренной невежливости и вербальной агрессии в коммуникации «лицом к лицу» и в анонимной де-факто коммуникации при общении в интернете.

1. СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ЧЕРТЫ АНАЛИЗИРУЕМОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ СИТУАЦИИ

Жанр реалити-шоу привносит в публичное медиапространство темы, традиционно предназначенные для личной коммуникации. С. Чмейркова со ссылкой на лингвистическую англо- и немецкоязычную литературу напомнила о необходимости методологического различения для

¹ Отдельные части транслировались с понедельника по пятницу, 12–16 ноября и 19–23 ноября 2018 г. Они доступны по ссылкам: <https://prima.iprima.cz/prostreno/prostreno-xviii-51> (дата обращения: 10.02.2021), <https://prima.iprima.cz/prostreno/prostreno-xviii-60> (дата обращения: 10.02.2021).

² Дискуссии доступны по ссылке: https://prima.iprima.cz/prostreno/имя_участника (дата обращения: 10.02.2021). Канал *Prima* позволяет создавать, изменять и удалять статусы, в том числе и после окончания текущей серии. Здесь мы работали с расшифровками записей, сделанных 16 и 23 ноября после окончания зрительского голосования.

данного типа коммуникативной деятельности «речи близкой и удаленной»³. Тексты для «близкой» коммуникации, преимущественно личного характера, имеют относительно ограниченный круг реципиентов. Они реализуются среди близких или по крайней мере знакомых лиц и функционируют в рамках обычных жанров общения прежде всего как инструмент конструирования социальной идентичности. Их тематическое и содержательное наполнение довольно ограничено и, как правило, касается личной или профессиональной жизни. В свою очередь тематическое и содержательное наполнение «удаленной речи», в основном общественного характера, традиционно связывается с темами, выходящими за границы личного или интимного опыта коммуникантов: это скорее обсуждение политических, культурных и общественных вопросов. В медиапространстве (что справедливо и для частных телевизионных каналов) в настоящее время происходит явный переход от тем, типичных для удаленной коммуникации, к темам, ранее использовавшимся только для личной, то есть для близкой коммуникации.

В. Райбле в этом смысле обращает внимание на значение установленных обществом коммуникационных норм и влияние на конкретные типы речевых актов (каковыми могут быть, например, дружеская беседа, шутка или обмен сплетнями с приятелями в противовес судебному приказу, собеседованию на работе или проповеди) определенных коммуникационных обстоятельств, прочно закрепленных конвенционализированной социальной реальностью. Конкретные типы текстов мы можем легко разместить на шкале, для крайних пунктов которой В. Райбле использовал обозначения: 1) «произносимый», «неотредактированный» (*interactive*); 2) «отредактированный» (*edited*) текст. Здесь противопоставлены два типа коммуникатов: с одной стороны, те, что концептуально говорятся; а с другой стороны – концептуально пишущиеся; это значит, что их продуцирование всегда тщательно планируется и их конечный вид до воспроизведения говорящим корректируется и редактируется. Для широкой и в целом неопределенной медиапублики предназначены тексты второй группы (то есть тексты концептуально пишущиеся, заранее обстоятельно подготовленные, посвященные политическим, культурным или общественным вопросам). Современная

³ П. Кох и В. Остеррайхер в своей статье, изданной в 1985 г. (*Koch P., Oesterreicher W. Sprache der Nähe – Sprache der Distanz // Romanistisches Jahrbuch. 1985. S. 15–43*), указали на более обработанный характер удаленной речи. Она имеет явно больший радиус действия, и ее продуцирование более спланировано. См. подробнее: Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí / eds. S. Čmejrková, J. Hoffmannová. Praha: Academia, 2011. S. 38.

медиаситуация, впрочем, этому четко обозначенному разделению не соответствует⁴.

При просмотре реалити-шоу телезрителю транслируется специфическая коммуникативная деятельность участников более узкого коммуникативного круга, последние пребывают в своем личном пространстве и сопровождают внеречевую деятельность вербальными средствами, характерными для обычных жизненных ситуаций. Этот жанр подразумевает выход «из толпы» на всеобщее обозрение, и он, таким образом, привносит в медиaprостранство всё больше тем, соответствующих именно близкой коммуникации и традиционно предназначенных для обсуждения личных и, по сути, тривиальных вопросов.

Телезритель наблюдает за разговорами, посвященными, например, похудению, готовке, домашним делам и т. д. Способы коммуникации в отдельных случаях тем не менее отличаются в разных передачах в зависимости от того, участвует ли напрямую в беседе модератор или другой профессионал⁵ или между собой общаются только соперники шоу и их разговоры лишь впоследствии комментируются представителем медиаресурса.

Предметом коммуникации становятся темы повседневной жизни, поэтому внимание телезрителя нужно привлекать не содержанием диалогов, но, скорее, формой и выбором специфических выразительных средств. В связи с этим в диалогах такого типа растет частота употребления средств, используемых в первую очередь для оценки коммуникативного партнера и его действий, причем собеседников подталкивают к критике в адрес соперников. В выражении оценок они не ограничены требованиями, накладываемыми на обычное беспрепятственное и эффективное общение, для которого характерна тенденция избегать нападок на партнера по коммуникации⁶, и они

⁴ Raible W. Literacy and Orality // International Encyclopedia of Social and Behavioral Sciences. P. 8967–8971 [online]. URL: http://www.romanistik.uni-freiburg.de/raible/Publikationen/Files/Orality_2col.pdf (дата обращения: 17.01.2021).

⁵ В зависимости от типа передачи это может быть консультант по питанию, визажист, шеф-повар и т. п.

⁶ Дж. Лич со ссылкой на Р. Лакофф пишет, что вежливость в обществе действует как страховка от вездесущих «мешающих» и «разлагающих» сил. См.: Leech G. E. The Pragmatics of Politeness. Oxford: Oxford University Press, 2014. P. 21. Сама Лакофф определяет вежливость как систему межличностных отношений, которые возникли с целью минимализации конфликтов и конфронтаций, потенциально присутствующих в каждом акте человеческой коммуникации. В то время как вежливость в таком понимании является феноменом, облегчающим или же полностью обеспечивающим эффективную коммуникацию, в жанре реалити-шоу часто ситуация скорее обратная. Коммуниканты сталкиваются как соперники в борьбе за выигрыш, и успешным считается собеседник,

не стесняются использовать по отношению друг к другу стратегии, наносящие вред имиджу.

1.1. КОММУНИКАЦИЯ, РЕАЛИЗОВАННАЯ В ОНЛАЙН-ДИСКУССИИ

Доступ к онлайн-коммуникации является неограниченным, и ее участники имеют возможность свободно высказываться на все темы, не будучи сдерживаемыми вмешательством какого-либо модератора (к его задачам относятся, например, выбор темы, наделение и лишение права слова и т. п.)⁷. В общественном пространстве таким образом увеличивается доля «непрофессиональных говорящих», получающих возможность конструировать в рамках банальных и часто бессмысленных споров новую, «виртуальную» идентичность без риска потерять лицо, что произошло бы при очной коммуникации. Собеседники, не знающие друг друга и не связанные какими-либо персональными отношениями, в общественном медиaprостранстве дискутируют на личные темы, характерные для частного общения. Этот тип коммуникативной деятельности также расслаивается: мы можем различать здесь коммуникационный круг активных комментаторов, которые, хотя и являются зарегистрированными участниками дискуссии, не выступают под собственными именами и подписывают высказывания так называемыми никами, и внешний круг пассивных реципиентов, лишь читающих опубликованные комментарии.

Коммуникативная деятельность комментаторов может быть двух видов: с одной стороны, появляются комментарии, чьи авторы каким-либо образом оценивают просмотренное и реагируют на действия третьих лиц, и с другой стороны – комментарии, выражающие реакцию на эти оценочные высказывания и создающие виртуальные диалоги. Тем самым происходит раздвоение коммуникативной деятельности: одни коммуниканты комментируют просмотренный материал, а другие ведут между собой виртуальный разговор.

К значимым специфическим чертам онлайн-коммуникации относится, наряду с де-факто неограниченным количеством коммуникантов, еще и ее временная нелимитированность, поскольку ответы и реакции могут поступать после значительного перерыва.

который способен отстаивать прежде всего свои собственные интересы. См.: *Lakoff R. T. Talking Power. The Politics of Language in Our Lives. Glasgow: HarperCollins, 1990. P. 34.*

⁷ Организаторы подобных дискуссионных платформ удаляют грубые и призывающие к ненависти комментарии, но этот процесс происходит автоматически, и комментаторы против подобных вмешательств защищаются графическим редактированием нежелательных выражений (например, отделяя определенные буквы пробелами или графическими символами).

2. НЕВЕЖЛИВОСТЬ И АГРЕССИЯ В РАССМАТРИВАЕМОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ СИТУАЦИИ

Невежливость и вербальная агрессия не являются феноменами, ограниченными лишь пространством интернета, и вербальные конфликты составляют непреходящую часть человеческой коммуникации⁸. Невежливость включает очень широкую шкалу коммуникативных стратегий, от простого и часто ненамеренного недостатка вежливости вплоть до осознанного нападения и намеренно оскорбительного поведения (здесь следует отличать случаи, в которых вежливость вербальными средствами не демонстрируется, то есть когда речь идет о «нулевой» вежливости, от случаев, в которых очевидно присутствие элементов, сигнализирующих о невежливости). Оценка коммуникации как вежливой или невежливой зависит и от конкретных суждений отдельных коммуникантов, и от других контекстно зависимых факторов, включающих сложную сеть отношений, которая отражает близость коммуникационных партнеров, их возраст, пол, общественное положение, социальную асимметрию и т. п.⁹

Оценка высказывания как вежливого или невежливого меняется с учетом временного и коммуникативного контекста, значительную роль играет также интерпретационная деятельность участников коммуникативного акта. М. Лохер и Р. Уоттс отмечают, что набор вербальных средств, используемых при реализации коммуникативных стратегий, очень разнообразен – от открыто невежливой, грубой и агрессивной коммуникации через нейтральную вплоть до вежливой и уважительной. При оценке высказываний, однако, всегда учитывается аспект так называемой уместности (*appropriateness*), и коммуникативное действие рассматривается в отношении к укоренившимся социальным нормам и усвоенным коммуникативным рамкам; невежливость, кроме того, бывает связана с их нарушением и с угрозой репутации адресата¹⁰.

2.1. ЛИЦО И ДЕЙСТВИЯ, СОЗДАЮЩИЕ ЕМУ УГРОЗУ

Понятие лица имеет в прагмалингвистически и социопрагматически ориентированных исследованиях долгую традицию употребления¹¹,

⁸ Подробнее см.: *Lehti L. et al. Linguistic Analysis of Online Conflicts: a Case Study of Flaming in the Smokahontas Comment Thread on YouTube* [online]. URL: <http://widerscreen.fi/assets/Lotta-Lehti-et-al2-1-2-2016.pdf> (дата обращения: 17.03.2019).

⁹ *Leech G. E. The Pragmatics of Politeness*. P. 218.

¹⁰ *Locher M. A., Watts R. J. Politeness Theory and Relational Work // Journal of Politeness Research*. 2005. № 1. P. 11.

¹¹ *Goffman E. Interactional Ritual: Essays on Face-to-Face Behavior*. Garden City, NY: Doubleday, 1967.

и в настоящее время существует несколько разных его интерпретаций; эта концепция, по сути, основана на том, что каждый из участников коммуникации вступает в социальное взаимодействие, имея определенную самооценку, и ожидает, что другими участниками коммуникативного акта он будет воспринят адекватно своему представлению о себе. Наряду с этим так называемым положительным лицом существует также лицо негативное, связанное с тем, что человек в своих высказываниях не хочет быть ограничен, перебит или принужден к действиям, которые могут быть для него неприятными или могут нанести ему какой-либо ущерб – другими словами, он претендует на свою личную свободу и пространство. Э. Гофман трактует лицо как результат социального взаимодействия, как положительную социальную ценность, ожидаемую от партнеров говорящего в рамках коммуникационного события, создаваемого в течение коммуникационного и, шире, социального взаимодействия. По сути, речь идет о собственном образе (*image*), в основе которого лежат определенные социальные атрибуты¹². Ценность отношений означает, что каждый индивид в зависимости от обстоятельств коммуникационного события потенциально может претендовать на разное количество таких лиц, и эта маска меняется в зависимости от того, в какой именно роли он выступает в данный момент¹³.

Целенаправленная невежливость, с которой мы обычно сталкиваемся в разных передачах жанра реалити-шоу, мотивирована не обязательно личными отношениями коммуникантов, но скорее их потребностью создать у зрителя желаемый медиаобраз и преуспеть в конкурентной борьбе с остальными участниками. Невежливость, кроме того, обычно сопровождается созданием угрозы собственному имиджу, и это происходит в тех случаях, когда остальные участники коммуникации не позволяют своему партнеру представлять себя так, как он желает, и отказываются принимать положительные социальные или личностные атрибуты, с помощью которых он хочет себя представить; другими словами, они не принимают «маску», которую тот хочет надеть в рамках конкретной роли.

2.2. НЕВЕЖЛИВОСТЬ ПРОТИВ ВЕРБАЛЬНОЙ АГРЕССИИ

Невежливость не обязательно представляет собой результат осознанного поведения субъекта, и часто она действительно им не является.

¹² Ibid. P. 31.

¹³ Locher M. A., Watts R. J. Politeness Theory and Relational Work. P. 12.

Говорящий может не считать высказывание невежливым, однако адресат при декодировании вписывает его в собственные интерпретационные границы, используя свой предыдущий опыт и свои ожидания, поэтому он способен расценить фразу как бестактную, например, по причине (ненамеренно) недостаточной вежливости.

От этой ненамеренной невежливости следует отличать случаи осознанных нападений на личность коммуникативного партнера, направленные на достижение собственных целей. Для данного типа коммуникативного поведения мы используем обозначение «вербальная агрессия»; в качестве коммуникативной стратегии она может реализоваться как прямо (ругательства, угрозы, насмешки и т. п.), так и косвенно (например, разговоры и смех за спиной). Целью говорящего является либо мгновенная дискредитация адресата агрессивными действиями и подрыв его самооценки, либо получение для себя какой-либо выгоды в будущем: например, говорящий хочет вызвать удивление остальных, добиться от адресата того, что ему нужно, или же не дать сопернику того, что он хочет. Однако следует учитывать намеренно реализованную коммуникативную стратегию, инструментом которой могут быть не только экспрессивные, вульгарные или иным образом маркированные вербальные средства. Вербальная агрессия наносит задеваемому объекту вред по большей части символический, а из характера и специфики коммуникативной ситуации потом следует релятивизация степени нанесенного вреда.

В интернете вербальные конфликт и нападение принимают несколько иной вид. В анонимном пространстве становится обычной внезапная, непосредственная, импульсивная и достаточно резкая реакция на общее содержание, поскольку автор не ограничен в своих высказываниях опасениями насчет реакции коммуникативного партнера. Подобные обидные и оскорбительные комментарии (так называемые *flames*)¹⁴, разумеется, могут возникнуть и в обычной непосредственной коммуникации, однако в ней коммуниканты намного чаще корректируют собственные высказывания как раз в стремлении избежать отчетливо вредительских стратегий, поскольку в ином случае очень вероятен соответствующий ответ коммуникативного партнера. Вредительская стратегия не всегда остается без отклика в онлайн-дискуссиях, однако в данном коммуникационном контексте риск потерять лицо минимален, а вред лишь символический.

¹⁴ Подробнее см.: *Lehti L. et al. Linguistic Analysis of Online Conflicts...* [online]. URL: <http://widerscreen.fi/assets/Lotta-Lehti-et-al2-1-2-2016.pdf> (дата обращения: 17.03.2019).

Пример 1

Яна: девушка себе купила очищенный лук в вакуумной упаковке (чтоб у нее сгнили ее ленивые лапы, окружающей среде только лучше будет) и выбросила его, когда не нашла ножниц. Думаю, что ей стоило бы попробовать вести хозяйство и заботиться о четырнадцати детях сто лет назад. Утром затопить печь, наносить воды, сходить за овощами на огород.

Аноним: Яна, это ненормально, возвращайся в пещеру. Впрочем, я думаю, что это просто провокация шутника, который сейчас просто ждет реакции.

Варди: Но, мадам, мы ведь не в Средние века живем...

соленая.мария: Возвращайся на пальму!

Прири: А ты типа из пещеры выглянула??¹⁵

Автор комментария может даже не ознакомиться с реакциями остальных коммуникантов, а если он их и прочитает, его положение не окажется под угрозой, в особенности потому, что его личность остается в тайне.

3. НАПАДЕНИЯ НА ЛИЦО СО СТОРОНЫ НЕПОСРЕДСТВЕННЫХ УЧАСТНИКОВ ПЕРЕДАЧИ

Невежливые и агрессивные коммуникативные стратегии всегда связаны с нападением на лицо. Выше мы определили лицо как социальную ценность отношений, которая создается в процессе коммуникации. Подобная трактовка появляется, например, в работе Х. Спенсер-Оути¹⁶, которая вкладывает в основу данного понятия взаимопроникновение лица и идентичности. Концепт идентичности включает в себя широкий спектр свойств (личностные черты характера, способности и умения, внешние черты, особенности поведения, социальные роли, групповую принадлежность и т. п.). Эти черты обретают в зависимости от контекста различное значение и могут быть попеременно восприняты как положительные и отрицательные, как значимые и периферийные. Однако всегда возникает вопрос межличностных отношений и социальной роли, которую коммуникант играет в данный момент.

В концепции невежливости Дж. Калпепер развивает более раннюю идею разделения положительного и отрицательного лица, в ней аналогично различаются положительная и отрицательная невежливость¹⁷.

¹⁵ Пример взят из дискуссий к анализируемым частям реалити-шоу Prostřeno!, обнародованные статусы оставлены в своем оригинальном виде.

¹⁶ *Spencer-Oatey H. Theories of Identity and the Analysis of Face // Journal of Pragmatics. 2007. № 39/4. P. 640.*

¹⁷ Положительная невежливость использует стратегии, имеющие целью нанесение вреда положительному лицу коммуникативного партнера, например нескрываемое отсутствие

В более позднем труде автор разрабатывает одно обобщенное понятие лица. Так же, как и Х. Спенсер-Оути, она связывает его с разными аспектами идентичности индивида, и как невежливые и агрессивные оцениваются именно те высказывания, с помощью которых собеседник нападает на лицо адресата и которые ведут к нанесению ему вреда, оскорблению или обесчещиванию¹⁸. Как мы уже указывали выше, подобные стратегии могут заблокировать рациональную и эффективную коммуникацию, предполагающую прежде всего кооперацию участников¹⁹.

Реалити-шоу *Prostřeno!* является примером комплексной и многослойной коммуникативной ситуации, в которой общение проходит в разных формах. В первой части соперники готовят угощение для остальных участников, и эти невербальные действия они сопровождают комментариями, где не только уточняют свои действия, но и оценивают других участников и их работу. Во второй части происходит коммуникация между участниками, которые пришли в дом к одному из них: они осматривают дом, комментируют обстановку и т. п. и главное – они едят приготовленное хозяином угощение и оценивают его качество. В итоге каждый присуждает остальным баллы. За столом проходит общая беседа, но коммуниканты играют специфическую социальную роль: в состязание они вступают с очевидной целью выиграть со своим меню, поэтому они нарушают обычное правило избегать болезненных, неприятных и конфликтных тем. Наряду с ведением этих диалогов, соперники высказываются на камеру и оценивают коммуникативных партнеров и качество поданных блюд.

Большая часть нападений на лицо, наблюдаемых в рассматриваемых передачах, была направлена прежде всего на те его качества, которые связаны с образом хорошего хозяина и способного повара, то есть с характеристиками, которые должны быть положительно оценены в данном состязании. Отрицательно в передачах оценивается, например,

интереса к поднятой им проблеме, обращение к темам, которые, как известно, неприятны адресату или к которым он проявляет чувствительность, умаление или принижение личности адресата посредством использования соответствующих обращений и т. п. Отрицательная невежливость связана с намеренным запугиванием, высмеиванием или преуменьшением значения, обнародованием информации, которую адресат считает личной или интимной, акцентированием собственного превосходства и т. п. См.: *Culpeper J. Towards an Anatomy of Impoliteness // Journal of Politeness Research. 1996. № 25. P. 349–367.*

¹⁸ *Culpeper J. Impoliteness. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.*

¹⁹ Исключение, разумеется, представляют специфические коммуникационные события со строго разделенными правомочиями социальных ролей (например, военная подготовка), в которых «выключение» вежливости происходит без видимых признаков. К данному типу коммуникативных ситуаций мы бы могли отнести и реалити-шоу.

использование в приготовлении пищи искусственных добавок. Это обстоятельство неоднократно становилось темой анализируемых выпусков, и в качестве средства вербального нападения появилось в способе обращения одного участника к другому «ты, кубик бульонный».

Пример 2

И: это как если человек посолит, то суп реально хороший (...) Гонзик²⁰ вроде немножко наваристей сделал, нет? у него было лучше

Р: ну да, только он туда (...) кое-что добавил

Я: не, это не от этого, он наваристый, если его дольше держишь

Я (на камеру): то, что я вчера положил кубик в суп, не имеет никакого отношения к тому, будет ли суп наваристым или не будет. этот кубик был только для вкуса

Р: ну так я держал четыре часа (...) суп этот

Я: мне кажется у тебя он прозрачным получился

Р: ну ладно. у каждого свое мнение (...) ладно

Я: ну мне было лучше видно и это не из-за кубика. кубик тебе только вкус добавляет, он тебе не делает суп наваристым²¹

Нападение на положительное лицо также связано с неспособностью хозяина сервировать отдельные блюда без излишней временной задержки. Хотя с этой проблемой столкнулся ряд участников, они же, оказавшись в роли гостей, использовали это обстоятельство для нападения на лицо хозяина.

Пример 3

А: ты за этим рисом в Азию ходила? ((смех))

Р: на рисовые поля

Я (на камеру): мы ждали главного блюда почти полчаса. это мне не очень понравилось

Р: гонза уже нервничает?

Я: от этого ожидания

²⁰ Гонзик – уменьшительный вариант имени Ян. – Прим. пер.

²¹ В расшифровках оригинальных разговоров мы используем следующие транскрипционные значки:

:	удлинение гласного
?	повышение тона голоса
–	прерывание фразы
.	понижение тона голоса
(...)	пауза
<>	сказано со смехом
()	непонятная или плохо понятная фраза
(())	комментарий расшифровщика
(на камеру)	сказано изолированно (то есть «на исповеди»)

T: ((*приходит из кухни*)) ну вот наконец

A: я уже думала что буду как в школе. мы хотим есть! ((*смех*)) нет. Спасибо

В качестве способов унизить хозяина также может быть использовано обсуждение беспорядка в доме, указание на грязную скатерть, плохо вымытую посуду или ошибки сервировки.

Пример 4

P: у меня было не убрано?

((*минута молчания. P улыбается и стучит пальцами по столу*))

A: да хорошо. Ничего

Я: ((*улыбается*)) ну когда убрано это выглядит несколько иначе. правда. поэтому как-то так

P: ((*вздыхает*)) господи

A: когда он нам рассказывал что это была типа генеральная уборка –

Я: ну: и <до генеральной уборки там было еще очень далеко>

P: так вы просто еще не видели бардак до этого (...) поэтому это все-таки была генеральная уборка

Угроза возникает также из-за недостатка такта и предания огласке (неприятных) личных фактов. В анализируемых выпусках, например, касались возраста хозяйки и ее дочери: гости, повторяя вопросы, пытались выяснить, когда хозяйка стала мамой. Интерпретация высказываний как невежливых, однако, всегда обусловлена ситуацией и связана как с предыдущим опытом коммуникантов, так и с сетью отношений на данный момент. Вред лицу также способно наносить неучитывание или умаление социальной роли коммуникантов, непризнание их желаемого образа. Примером может быть ситуация, когда хозяйка вместо традиционного развлечения предложила гостям поделиться с ней своими проблемами, чтобы получить ее совет.

Пример 5

Э: ((*ест порцию, которую она себе добавила, у остальных уже пустые тарелки*)) в общем сейчас должно быть пирожное. то есть перед пирожным должно быть развлечение. поэтому я предлагаю чтобы каждый из нас о себе что-нибудь рассказал. можете меня спросить о чем хотите. например о том что вас мучает²²

И: так что элишка как нам быть с нашими мучениями. меня вот много чего мучает но я бы выбрала бы что-нибудь полегче чтобы не наскучить

²² В оригинальном тексте используется устойчивое выражение «где у вас жмет ботинок» в значении «какие у вас проблемы». – *Прим. пер.*

(...) что посоветуешь?

Э: ну конечно и какое место тебя мучает?

И: ну я образно выражаюсь. я думала рассказать о проблемах, которые –

Э: а я думала что у тебя что-то болит

Остальные: ((смех))

И: ненене. у меня ничего не болит

Э: ну а я здесь не для веселья

Уже реакция хозяйки показала, что ответ, изначально задуманный как шутка, она интерпретировала как нападение. Ответ соперницы, которая была старше всех в группе и в передаче больше всех пропагандировала здоровый образ жизни, она восприняла как проявление недостаточного уважения и непризнания ее ценностей. Подобная ситуация сложилась и в случае, когда другая участница принесла хозяйке в качестве подарка печатное издание, та же решила, что это кулинарная книга и что соперница таким образом хочет намекнуть на ее тучность и на необходимость изменить свои пищевые привычки.

Пример 6

И: а у меня здесь книжка. я бы хотела сегодня развить тему твоего здоровья чтобы закончить дискуссию, которую мы в прошлый раз не закончили и (потом) поболтать. это не совсем поваренная книга в полном смысле этого слова и она не только о вегетарианстве. она просто о том что есть и (...) человек потом сам может выбрать

М: хорошо. большое спасибо

М (на камеру): не знаю хотела ли она меня оскорбить (...) но: (...) мне это не было приятно и (...) я буду с Ивчей немножечко настороже

О том, что этот по сути дружественный акт был понят как нападение, свидетельствует и последовавший комментарий хозяйки, произнесенный прямо на камеру.

Пример 7

М: мне не нравится, когда в мои годы кто-то лезет в мою жизнь. будь он прав или нет и (...) здесь мы видимо немножечко столкнемся

При прямом выражении отрицательных оценок или использовании стратегий нападения коммуниканты рискуют, что тот, на кого нападают, станет обороняться и впоследствии нанесет вред самому говорящему. Формат передачи предполагает, что в нее будут включены, в частности, оценочные пассажи, произнесенные только на камеру, поэтому

соперников фактически толкают к непрямой вредительской стратегии, а именно – к разговорам за спиной.

Пример 8

Я: ((берет в руки деталь модели машинки)) это видимо собирает Радован

T: думаешь это его хобби?

Я: наверное

T: а видишь где-нибудь собранную машинку?

Я: нет

Я (на камеру): там у него типа склада. каждая стена покрашена по-разному. одно, другое (...) в итоге я не знаю мне там не понравилось

T: в целом у него ничего. для такого маленького помещения

Я: хотя все стены разные (...) фиолетовая. здесь фиолетовая. а это какая-то другая фиолетовая. видимо у него не получился цвет

T (на камеру): у Радована здесь какой-то хаос. ничего не лежит на своем месте. не знаю не представляю как в таком можно жить

Я: пока им этого хватит. по факту он тут просто ночует. поэтому думаю что это ничего страшного

Нежелание вступать в открытый конфликт в коммуникации проявляется, помимо прочего, еще и в том, что оценочное суждение, сказанное на камеру, расходится с высказываниями, произнесенными перед остальными участниками. Если говорящие сами не рискуют столкнуться с негативной реакцией, именно эта стратегия имеет место чаще всего.

Пример 9

Э (на камеру): я думала что она испечет сама свою брускетту. она была какая-то твердая но я не спросила почему она не испекла свою (...) я не хотела ее смущать

4. ВЕРБАЛЬНАЯ АГРЕССИЯ В ОНЛАЙН-ДИСКУССИЯХ

Из корпуса комментариев, насчитывающего более 340 страниц текста, мы отбирали прежде всего те, которые касались участников передачи. Невежливость, реализованная непрямой, не ведет к нанесению вреда говорящему, поэтому намерение использовать оскорбления и нападать на лицо коммуникативного партнера усиливается преимущественно там, где субъект уверен в своей анонимности, что типично для интернет-дискуссий.

Пример 10

эта ИВА восприняла передачу как объявление о знакомстве. Ей явно не хватает ума, и она играет прелестного престарелого дьяволена.

Она жалкая. Ее выберет только сумасшедший мужчина. По ней видно, что она привыкла контролировать, это ужас и бред. Такое иметь дома НЕ ЗАХОЧЕТ НИКТО :-)

Толстая женщина, вы такая отвратительная завистливая и глупая особа, что из этой вашей гряды вы никогда не выплывете. Это я вам гарантирую. Вы уродка как внешне, так и внутри. Мне из-за вас так хреново, что даже заглавная «В» в обращении не пишется. А это со мной случается нечасто. Может быть, вам все равно, я это понимаю, но вы увидите, что мои слова претворятся в жизнь.

Авторы комментариев здесь напали на лицо участников и выбрали для себя такие аспекты их идентичности, которые при открытой коммуникации, очевидно, были бы табуированы (возраст и одиночество пожилой женщины, вес и в целом внешность участницы, недостаток ума и т. п.).

При работе с комментариями мы обнаружили, что в них в целом ожидаемо возникают темы, связанные напрямую с направленностью реалии-шоу, такие как присуждение баллов соперникам (в особенности тогда, когда участник, поставив несправедливый и намеренно низкий балл сопернику, хотел обеспечить себе победу), оценка меню и кулинарных способностей, уровня сервировки и порядка в квартире и т. п.

Пример 11

Боже, а я за тебя болела... молодая девушка, которая хорошо готовит и главное, какая симпатичная и приятная. Ты мерзкая и даже не представляешь, как ты всеми просто манипулируешь!! Мне вот интересно, как бы ты выкручивалась, если бы плохо готовила. Как уже кто-то здесь писал. Еда у тебя была вроде ничего, но как человек ты гадкая и отвратительная!!!! Чехи просто ничего не умеют, только манипулировать другими.... это нигде больше не могло случиться, только в Чехии!!!!

Для плешивого важна только победа, ему всё не так, всё не по вкусу. Классическая жалкая тактика, но, скорее всего, он выигрывает.

Плешивый расчетлив даже слишком. Ему ничего не нравится. Он зажавшийся. Везде был и всё знает. Даю ему на этой неделе мииинус 10 До того, как начал готовить, он был нормальным парнем, который стремился быть приятным. Закончил готовить и сразу стал сктиной. И так происходит на *Prostřeno!* достаточно часто. Что это за типы, не знаю.

Зрители в своих комментариях выражали в основном негативные эмоции, а оценки, которые они давали участникам, были экспрессивными и оскорбительными. Для их выражения они использовали аугментативы

(*плешиивый*), грубые выражения (*скотина*) и атрибутивы, акцентирующие негативные аспекты индивидуальности (*недоразвитая, неприятная, отвратительная, жалкая*). При оценке кулинарных способностей и сервировки они выражали негативное отношение с использованием соответствующих экспрессивных прилагательных и междометий.

Пример 12

У вас всё в грязи, не дала бы вам и семи баллов.

Вареный свиной окорок в кетчупно-горчичном соусе – это для меня вещь несъедобная. Но я думаю, что кто-то даже хотел рецепт и очень хвалил. Здесь видно, как чехи питаются и какую бурду едят. Бррр. :(

Как можно принимать гостей в трусах и растянутой футболке? Тост под ликер?!! Суп гуще соуса, ризотто вместо супа-пюре. Не знаю, над чем вы тут вздыхаете.

Бульон был мутный, блинчик как блинчик. Тушеный рулет в фольге без запекания, сок, который загустили крахмалом, – это вообще безумие. Раздавленные кнедлики на тарелочке совсем плохо выглядели, и для этого меню десерт был тяжелый, сытный.

Хотя чаще встречаются комментарии, содержащие критические оценки, регулярно появлялись и отклики, выражающие поддержку участникам и позитивные впечатления от их поведения. В случае участницы, которая, по мнению комментаторов, заслужила победу, такие мнения явно преобладали.

Пример 13

От лица зрителей поздравляю, Иванка, с победой. Я рада, что тоже вам смогла добавить 10 баллов. Хотя выиграть однозначно должны были вы. Но весь народ вас любит, и это здорово! Нет? Всего вам самого лучшего. Вы хорошо готовили, были раскованной, веселой, милой, и так и должно быть. Я за вас болею. С меня 10!

Мне очень понравилось, как Терезка орудовала на кухне, еда была действительно красиво подана на тарелке. Если бы все хорошо разodelись, можно было сказать, что еда как в пятизвездочном ресторане :) Я бы ей дала 10 баллов, если бы мне было вкусно.

Однако бóльшая часть комментариев не была напрямую связана с темой шоу и была посвящена прежде всего некоторым из личностных характеристик отдельных участников. Например, на одну женщину чаще всего нападали из-за ее фигуры и стиля одежды, авторы негативно высказывались и о ее уме, также появлялись критические оценки, касающиеся ее семейного положения:

Пример 14

Некрасивая, сгорбившаяся, глупая и с бровями как у Марфуши и характер такой же. Гадость!

Ну ты недоразвитая. Ты жалкая.. Еще бы ты выиграла...

Ты, что, не знаешь как одеваться на праздничный ужин? :-)

Уродливая, примитивная, низкая, толстая и не заботится о ребенке. Это потомство – единственное преимущество особы. Фу, мерзость.

Да, она очень простая. Понимаю, почему у нее дочь – разменная монета.

Комментаторы необязательно используют экспрессивные или грубые выразительные средства: чтобы навредить, они прямо нападают на определенные стороны идентичности адресата, обращаются по-особенному, иронизируют и употребляют экспрессивные формулы высказывания. Открыто негативные оценки фигуры, часто с использованием характерной и экспрессивной лексики или необычных сравнений, давали и другим участникам.

Пример 15

Это напишите той свиноматке, она хитрила и давала меньше всего баллов.

Почему с такой мерзкой отвратительной мужицкой фигурой она умудрится придирается к недостатку – толстым рукам? Самомнения ей не занимать. Но на кухне у нее вышло неплохо.

Женщина не в теле – она жирная, как поросенок в шортах!

Марцела, уже по профилю, где вы сидите за столом, видно, что вы не толстая, а что у вас ожирение! Вам бы с этим что-нибудь сделать. И с Вашим плаксивым и обидчивым характером, иначе до конца жизни останетесь одна, с собачкой, которая занимает полпостели. Очень грустный образ для молодой женщины...

Критические комментарии появлялись и как реакция на алкоголизм одного из участников («После пары кружек пивка он стал реально симпатяшкой! :-) :-)), на негативный настрой («Около этой женщины и молоко бы скисло... Вот это бука»; «Негатив из нее сыплется, как листья с дерева») и т. п. Опубликованные реплики, разумеется, свидетельствовали о слабой терпимости авторов и в случае участия соперника-цыгана носили даже расистский характер.

Пример 16

Жалкое поведение после того, как он закончил готовку. Это отвратительный потный цыган!!

У этих «цветных чехов», похоже, сильный желудок.

Из Словакии к нам может забрести медведь или вот эти темнокожие.

Я выбираю медведя.

Выиграет лживый ц.ы.г.а.н, развлечение Терезы ему показалось так себе, зато лезть на печную трубу – это бинго. Что же за несчастье было у человека в семье, и он с нами им не поделился?

Подобным образом отрицательное отношение выражали и в адрес участницы, признавшей в лесбийских отношениях («Да, Тереза – лесбиянка, которая не умеет себя вести ни с людьми, ни с животными. Она о себе думает, что она прекрасна, но при этом она толстая и очень недалекая девица»), или той, что была вегетарианкой («Когда вижу эту высушенную мумию, я понимаю, почему я не вегетарианец»). Комментарии, таким образом, демонстрируют нежелание коммуникантов принимать любое отличие от других. Ряд явно критических оценок получила участница, признавшаяся в разговоре, что у нее проблемы со здоровьем и что это явилось причиной прерывания долгосрочного пребывания в США и возвращения домой. Автор здесь для выражения негативной оценки использовал стилизованное изумление, экспрессив, повтор, ряд риторических вопросов и обобщающее сравнение в конце.

Пример 17

Гмм, интересно... В Америку ехать зарабатывать, но как только у нас бобо, так сразу сразу домой к доктору... Что же она не пошла к врачу в Америке? Здесь-то у нас бесплатно ведь? Или мы ей это оплатим... А потом бегом-бегом в Америку... Мерзкая, как дырка от мочи в снегу...

Самое большое количество комментариев получила участница, которая подала заявку на передачу, хотя не ела мясо, а кроме того, призналась остальным участникам, что у нее есть куколка мальчика, с которым она говорит, как если бы он был ее настоящим сыном (она брала его с собой в отпуск, планировала для него учебу в вузе и т. п.). Среди комментариев преобладали те, в которых авторы выражали критические оценки и ставили под сомнение ее психическое здоровье.

Пример 18

Баба вроде неплохая, но прилично не в себе.

Думаю, что у женщины немного шарики за ролики заехали. К кукле отнесится как к ребенку, если бы ей было на 70 лет меньше, меня бы это

не удивило, но так? А ее развлечение меня действительное развеселило, все от нее были действительно в ауте.

Этой помешанной тетке лучше поскорей обратиться в психушку, а не в кулинарную передачу. И пусть не забудет взять с собой этого резинового куклѐнка, который пойдет учиться! Это правда нечто, какую хрень по ящику показывают.

Характерно здесь обозначение участницы как «бабы» или «помешанной тетки», при нападении на лицо используются указание на возраст, ироничная оценка выбранного развлечения и вульгаризм в итоговом обобщении.

Среди оценочных комментариев появлялись грубые и вульгарные, которые, видимо, возникли вследствие раздражения из-за непредвиденного результата состязания и у которых была очевидная интенция навредить обсуждаемым и как можно сильнее их оскорбить.

Пример 19

инквизитор (Аноним) 17.11.2018 01:39

Что вы от нее ожидали? Растянутая дырка залетела в 15, и из нее выскочил хулиган. Так бывает у отребья, которое размножается как кролики. Такому тупому отребью вообще не стоило размножаться! Если бы эта грязь хоть раз открыла глаза, подумала бы головой (а не задницей, как сейчас), то могла бы выиграть. Нет, победу себе выцыганил жирдяй тем, что у него сыночек очочурился...

Автор использовал грубую и вульгарную лексику в связи с социальным положением участницы (*отребье, грязь*), вульгарно высказал стереотипное представление о нежелательной фертильности малоимущих (*размножаются, как кролики*) и грубо обозначил оба объекта собственной агрессии (*растянутая дырка, жир*). Негативную экспрессию содержала и критика победителя, который, по мнению автора, выиграл только благодаря целенаправленно вызываемой жалости из-за потери сына (здесь использован явно вредительский пейоратив *очочурился* и очевидное ироничное *сыночек*).

4.1. ДИАЛОГИ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

Как мы уже указали выше, коммуникативная деятельность в онлайн-дискуссиях касается не только комментирования эфиров программы, здесь также возникают и виртуальные диалоги, реализуемые, как и в повседневной коммуникации, путем чередования активных

партнеров. Коммуниканты и далее использовали анонимное пространство интернета для нападков на недостаточную коммуникативную компетенцию или глупость партнеров.

Пример 20

Согласен с: (Аноним) 21.11.2018 20:08

Марцела – закомплексованная, негативная, противная женщина, которая копошится только в своем прошлом и болячках. Однако очевидно, что от нищеты она не страдает, см. дом и новый ремонт, гелевые ногти и т. д., так почему она постоянно жалуется на ужасную жизнь?

Аноним (Аноним) 21.11.2018 20:16

20:08---Если вы оцениваете довольство жизнью только по дому и гелевым ногтям, то тогда от жизни вы много не хотите, таких людей называют нищими духом, в голове пусто.

Однако в рассматриваемых дискуссиях в этом типе коммуникативной деятельности появление негативных и агрессивных комментариев уменьшилось, и коммуниканты, как правило, выражали поддержку и схожие позиции.

Пример 21

ehromasova 12.11.2018 18:28

...это верх деревенщины – выходить в люди в камуфляжной майке и шортах. Или он только с рыбалки пришел?!

rpenicamilan 12.11.2018 18:45

Крууууто....!!!!

alena.sd 12.11.2018 18:30

Мне пришло в голову то же самое. Я не понимаю, как кто-то вообще может так прийти на ужин. И потом, с другой стороны, они хотят нетрадиционную роскошную еду, но при этом одеваются, как в поход.

Подобные комментарии мы бы могли отнести к жанру сплетен²³, который обычен для повседневного общения среди знакомых или близких коммуникативных партнеров. Хотя авторы комментариев не знают друг друга, они используют средства выражения, характерные именно для этого типа коммуникативной ситуации (типично, например, использование нелитературного чешского языка или стремление графическими средствами передать звучащую речь).

²³ Подробнее см.: *Raible W. Literacy and Orality // International Encyclopedia of Social and Behavioral Sciences...* [online]. URL: http://www.romanistik.uni-freiburg.de/raible/Publikationen/Files/Orality_2col.pdf (дата обращения: 17.01.2012).

Очевидно, что здесь устанавливается тип коммуникационного пространства, заменяющего непосредственный личный контакт. Об этом свидетельствует также, например, высокая частотность комментариев, выполняющих, по сути, лишь фатическую функцию. Говорящие здесь выражают собственные эмоции или невербально – путем использования эмодзи, – или проявляют согласие, интерес или поддержку в кратких репликах, а они тем самым заменяют реплики аутентичных диалогов с идентичной функцией. («Согласие»; «11:29-класс!!!!», «точно!!!! Надежда, просто согласен со всем!»).

Мы считаем значимым стремление самих комментаторов сохранять культурный уровень вербальных выражений, причем как в содержательной, так и в формальной части. В каждом блоке текстов, относящихся к отдельным участникам, появлялись реплики, авторы которых реагировали на необычную степень проявленной агрессии или на орфографические или грамматические ошибки.

Коммуниканты интуитивно выявляли причины появления агрессивных и вредительских стратегий и осознавали, что анонимность интернета и создание новой идентичности ведут к нарушениям норм вежливой коммуникации. Они эксплицитно отражали уровень и агрессивный потенциал статусов остальных коммуникационных партнеров и с оглядкой на публичный характер коммуникации призывали к автокоррекции.

Пример 22

Кого-чего, родительный падеж не С КУБИКА, А ИЗ КУБИКА, если уж кого-то анонимно оскорбляете, тогда выучите чешский.

А еще вам ремарочка – повторите-ка правописание личных местоимений и долгот в предложении – тут Ваш ум Вас малость подводит.

Николка, пишешь, что женщина простая, но куда уж ей до тебя. В двух строчках сделать 5 (словами: пять) грубых ошибок – это просто уникам. Выучи сначала правила правописания, и потом сможешь критиковать!!!!!!

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ материала подтвердил ожидаемое предположение о том, что анонимизация коммуникантов приведет к нарастанию агрессивного потенциала в общении. Если в публичное пространство попадают жанры коммуникации, типичные для близкого общения, то в выборе выразительных средств и коммуникативных стратегий очевидно влияние медиаресурса, в рамках которого проходит коммуникация.

Коммуникативная деятельность, реализованная в ходе съемок реалити-шоу при непосредственном контакте участников, сильно подвержена

влиянию обстоятельств текущей ситуации. Самой сильной мотивацией соперников является желание победить, поэтому участники внешнего и внутреннего коммуникационного круга стараются убедить других в положительных ценностях собственного лица. Появление открытых стратегий нападения ограничено опасениями потерять лицо, что было бы неотвратимым следствием открытой конфронтации с остальными коммуникативными партнерами (они, помимо всего прочего, учитывали бы атаку на собственное лицо в процессе взаимного присуждения баллов). Самой распространенной вредительской стратегией тем самым становятся разговоры за спиной, являющиеся составной частью сценария, и к ним коммуниканты, по сути, призываются.

Относительно новое коммуникационное пространство онлайн-дискуссий позволяет выразить критические оценки и суждения анонимно, и это ведет к возникновению значительно большего количества стратегий нападения, где появляются грубые и нередко вульгарные высказывания. В комментариях, авторы которых сохраняют анонимность и не опасаются утратить лицо в открытой конфронтации, чаще всего открыто нападают на положительное лицо участников. Индивидуальные ценности, подвергаемые атакам, варьируются в зависимости от конкретного участника. Часто критикуются кулинарные способности соревнующихся, но еще больше самые разные аспекты их личности (внешность и характер), что служит свидетельством очевидного нежелания коммуникантов принимать какую-либо форму их отличия от других.

Составной частью дискуссий являются не только оценочные комментарии, но и диалоги их авторов, в ходе которых происходит симуляция обычной коммуникативной деятельности, типичной для личного пространства, и коммуниканты, хоть они и не знают друг друга, действуют в соответствии с коммуникационной моделью жанров, обычных для близкой коммуникации. Регулярны также комментарии, где авторы осознанно обращают внимание на публичный характер коммуникации. Они поправляют коммуникативных партнеров с точки зрения как содержания, так и формы высказываний и призывают их к вежливости при вынесении оценочных суждений. Предположение, что анонимизация коммуникантов приведет к появлению большего количества агрессивных стратегий, таким образом, подтвердилось, причем выявлена тенденция достигать и в этом пространстве определенной культуры высказывания и сохранять основные стандарты вежливости.

Перевод с чешского А. В. Амелиной

Литература

- Brown P., Levinson S. *Politeness. Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
- Culpeper J. *Impoliteness*. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.
- Culpeper J. Reflections on Impoliteness, Relational Work and Power // *Impoliteness in Language. Studies on Its Interplay with Power in Theory and Practice* / ed. by D. Bousfield, M. Locher. Berlin: Mouton de Gruyter, 2008. P. 17–44.
- Culpeper J. Towards an Anatomy of Impoliteness // *Journal of Politeness Research*. 1996. № 25. P. 349–367.
- Goffman E. *Interactional Ritual: Essays on Face-to-Face Behavior*. Garden City, New York: Doubleday, 1967.
- Hirschová M. Nezdvořilost // *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny* / eds. P. Karlík, M. Nekula, J. Pleskalová [online] 2017. URL: <https://www.czechency.org/slovník/NEZDVOŘILOST> (дата обращения: 24.03.2019).
- Lakoff R. T. *Talking Power. The Politics of Language in Our Lives*. Glasgow: HarperCollins, 1990.
- Leech G. E. *The Pragmatics of Politeness*. Oxford: Oxford University Press, 2014.
- Lehti L. et al. Linguistic Analysis of Online Conflicts: a Case Study of Flaming in the Smokahontas Comment Thread on YouTube [online]. 2016. URL: <http://widerscreen.fi/assets/Lotta-Lehti-et-al2-1-2-2016.pdf> (дата обращения: 17.03.2019).
- Locher M. A., Watts R. J. Politeness Theory and Relational Work // *Journal of Politeness Research*. 2005. Vol. 1. Issue 1. P. 9–33.
- Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí / ed. by S. Čmejrková, J. Hoffmannová. Praha: Academia, 2011.
- Raible W. Literacy and Orality // *International Encyclopedia of Social and Behavioral Sciences* / ed. by N. J. Smelser, P. B. Batles [online]. 2002. P. 8967–71. URL: http://www.romanistik.uni-freiburg.de/raible/Publikationen/Files/Orality_2col.pdf (дата обращения: 17.01.2021).
- Spencer-Oatey H. Theories of Identity and the Analysis of Face // *Journal of Pragmatics*. 2007. Vol. 39. Issue 4. P. 639–656. <http://dx.doi.org/10.1016/j.pragma.2006.12.004>.

References

- Brown, P., Levinson, S., 1987. *Politeness. Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Culpeper, J., 2011. *Impoliteness*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Culpeper, J., 2008. Reflections on Impoliteness, Relational Work and Power. In: Bousfield, D., Locher, M., eds., 2008. *Impoliteness in Language. Studies on its Interplay with Power in Theory and Practice*. Berlin: Mouton de Gruyter, pp. 17–44.

- Culpeper, J., 1996. Towards an Anatomy of Impoliteness. *Journal of Politeness Research*, 25, pp. 349–367.
- Čmejrková, S., Hoffmannová, J., eds., 2011. *Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí*. Prague: Academia.
- Goffman, E., 1967. *Interactional Ritual: Essays on Face-to-Face Behavior*. Garden City, New York: Doubleday.
- Hirschová, M., 2017. Nezdvořilost. In: Karlík, P., Nekula, M., Pleskalová, J., eds., 2017. *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny* [online]. URL: <https://www.czechency.org/slovník/NEZDVORILOST> (accessed: 24.03.2019).
- Lakoff, R. T., 1990. *Talking Power. The Politics of Language in Our Lives*. Glasgow: HarperCollins.
- Leech, G. E., 2014. *The Pragmatics of Politeness*. Oxford: Oxford University Press.
- Lehti, L., et al., 2016. *Linguistic Analysis of Online Conflicts: a Case Study of Flaming in the Smokahontas Comment Thread on YouTube* [online]. URL: <http://widerscreen.fi/assets/Lotta-Lehti-et-al2-1-2-2016.pdf> (accessed: 17.03.2019).
- Locher, M. A., Watts, R. J., 2005. Politeness Theory and Relational Work. *Journal of Politeness Research*, 1 (1), pp. 9–33.
- Raible, W., 2002. Literacy and orality. In: Smelser, N. J., Batles, P. B., eds., 2002. *International Encyclopedia of Social and Behavioral Sciences*, p. 8967–71 [online]. URL: http://www.romanistik.uni-freiburg.de/raible/Publikationen/Files/Orality_2col.pdf (accessed 17.01.2021).
- Spencer-Oatey, H., 2007. Theories of Identity and the Analysis of Face. *Journal of Pragmatics*, 39 (4), pp. 639–656. <http://dx.doi.org/10.1016/j.pragma.2006.12.004>.