

КОММУНИКАТИВНАЯ УМЕСТНОСТЬ РЕЧЕВОГО ДЕЙСТВИЯ НЕСОГЛАСИЯ В КОНТЕКСТЕ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КОМПЬЮТЕРНО- ОПОСРЕДОВАННОЙ КОММУНИКАЦИИ

А. В. Быстрых, Д. Я. Угай

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 5 сентября 2018 г.

Аннотация: в статье декларируется и доказывается положение о том, что речевой акт несогласия, традиционно описываемый в классических прагматических работах как невежливый и требующий либо митигации, либо опущения, в контексте англоязычной компьютерно-опосредованной коммуникации (КОК) практически не подвергается коммуникативному смягчению, не нарушая при этом нормы ожидания участников общения. Выдвигается предположение о том, что в данном типе дискурсивного взаимодействия несмягченные ликоповреждающие речевые действия не являются обязательно конфронтационными, а напротив, могут способствовать единению, солидарности и эмоциональной близости коммуникантов.

Ключевые слова: речевой акт несогласия, компьютерно-опосредованная коммуникация, митигация, ликоповреждение, ликосохранение, невежливость.

Abstract: the paper seeks to validate the claim that the disagreement speech act, traditionally described in classical pragmalinguistic works as impolite and requiring either mitigation or omission, in the context of computer-mediated communication (CMC) does not necessarily call for mitigation while not violating the expectations of communication participants. Our preliminary findings show that unmitigated face-threatening speech acts in CMC are not necessarily confrontational, but, on the contrary, can contribute to unity, solidarity and emotional intimacy of interlocutors.

Key words: disagreement, computer-mediated communication, mitigation, face-damaging effect, face-saving, impoliteness.

С появлением компьютера и сети Интернет стиль общения между людьми существенно изменился. Различные формы коммуникации, такие как электронная почта, обмен мгновенными сообщениями, блоги, форумы и социальные сети, с одной стороны, значительно облегчили, а с другой – революционизировали процесс и формат онлайн-общения [1]. Как и в ходе любой интеракции, обмен информацией посредством компьютерно-опосредованной коммуникации (КОК) зачастую рождает столкновение различных точек зрения по поводу того или иного вопроса, что неизбежно приводит к реализации коммуникантами такого вездесущего «конфронтационного» речевого действия, как несогласие, которое мы предлагаем определять как выражение мнения, противоположного мнению собеседника. Вместе с тем изучение закономерностей манифестации лингвистической (не)вежливости в отношении потенциально агрессивных иллокуций в КОК является крайне мало разработанным направлением дискурсивно-ориентированных исследований.

В данной статье мы обращаемся к проблеме оценки коммуникативной уместности речевого акта несогласия, а также к стратегиям его реализации с точки зрения теории лингвистической (не)вежливости.

Компьютерно-опосредованная коммуникация как особая сфера коммуникативного взаимодействия

С. Херринг определяет КОК как «осуществляемое преимущественно в текстовом виде взаимодействие человека с человеком, опосредованное связанными в сеть компьютерами» [2, с. 237]. Согласно утвердившейся в лингвистической литературе точке зрения [1; 3], КОК обладает набором характерных особенностей, из которых критичными для настоящего исследования представляются следующие: асинхронность общения (отсроченность во времени между сообщениями коммуникантов), личный/публичный характер сообщения, неограниченность объема сообщения, гипертекстуальность (наличие вариантов путей прочтения текста, возможность «путешествовать» по гиперссылкам в зависимости от личных интересов

читателя) и креолизованность текста (соединение вербальных и графических элементов).

Речевой акт несогласия был рассмотрен нами на материале комментариев в социальной сети Instagram, а именно на публичных страницах сетевых СМИ (@bbcnews, @financialtimes, @nbcnews, @npr). Данный жанр КОК «отличается стилистической гетерогенностью, объединяя признаки публицистического, научно-технического и разговорного стиля в связи с традиционным для сетевых СМИ сочетанием текста самой публикации, читательских комментариев на нее и оформления веб-страницы» [3, с. 202]. Для исследования были выбраны именно новостные ресурсы в связи с тем, что острые социально-экономические и политические темы, освещаемые в СМИ, являются благодатной платформой для возникновения идеологической полемики, в рамках которой пользователи социальных сетей прибегают к разнообразным стратегиям несогласия. Кроме того, Instagram представляется наиболее «либеральной» площадкой для выражения своего мнения ввиду следующих факторов: 1) количество знаков для комментария не ограничено (как, например, в Twitter); 2) комментарии к новостным постам крупных сетевых СМИ пишутся тысячами, и зачастую их никто не модерировывает; 3) имеется возможность «напрямую» обратиться к другому пользователю на виду у всех, указав его никнейм в своем комментарии.

Еще одним мотивом обращения к секциям комментариев к постам в социальных СМИ в качестве источника исследуемого материала послужила особая динамическая, слабо институционализированная и непредсказуемая природа разворачивающегося общения пользователей социальных сетей. В связи с наметившимся в последние десятилетия дискурсивным поворотом в изучении (не)вежливости [4] все чаще подвергается критике классическая универсальная теория вежливости, постулирующая рациональную и идеализированную модель вежливости, которая прогностически оценивает любое коммуникативное поведение исходя из ограниченного числа априори заданных критериев. Так, в хрестоматийной модели вежливости П. Браун и С. Левинсона [4] среди определяющих факторов внешнего контекста авторы называют социально-психологическую дистанцию (distance) между адресантом и адресатом, социальную власть (power), т. е. положение участников коммуникации в обществе, их возраст и социальный статус, своеобразное превосходство адресата над адресантом или наоборот, а также степень вмешательства (rank of imposition), т. е. «удельный вес» действий, угрожающих автономии адресата и свободе его действий.

Такой взгляд на природу (не)вежливости не учитывает то, что реальная коммуникация далеко не всегда поддается прогностической оценке лингви-

ста-аналитика ввиду того, что любой параметр дискурсивного взаимодействия (в том числе такой его важнейший социопрагматический аспект, как вежливость) не является прескриптивно установленным извне. Напротив, живое общение отличается высокой степенью контекстуальной чувствительности избираемых форм и стратегий, а также гибкостью и эмергентностью дискурсивного стиля интерактантов, формирующих правила поведения в режиме ad hoc. Говоря о постах страниц сетевых СМИ в Instagram, отметим, что их содержательные и интерактивные особенности позволяют проследить непрерывно изменяющуюся и открытую для интерпретации другими работу коммуникантов по «выработке» наиболее уместного для актуальных контекстных условий способа взаимодействия. Это связано с тем, что на проанализированных страницах пользователям предоставляется фактически полное право определять ход и формат общения (т. е. они вступают в борьбу за коммуникативную власть). Номинальным носителем коммуникативной власти в сети Instagram является автор того или иного поста, так как именно он обладает технической возможностью модерации как самих комментариев, так и исходного текста новости. Однако при анализе эмпирического материала нами не было замечено какого-либо фактического присутствия редактора сетевого СМИ в комментариях к новости, что связано, скорее всего: а) с наличием достаточно широкой аудитории и б) отсутствием личной заинтересованности в дискуссии по тому или иному вопросу, поднимаемому в посте.

Речевой акт несогласия и проблема лингвистической невежливости

В классических прагмалингвистических работах несогласие в основном рассматривается как угрожающий речевой акт, являющийся ингерентно невежливым и подлежащим митигации [5; 6]. В англоязычных работах по разговорному анализу для обозначения такой реактивной реплики в рамках диалогического единства закрепился термин *dispreferred second*, отчетливо указывающий на прескриптивно декларируемую нежелательность включения таких реплик в дискурс [7; 8].

Тем не менее в более поздних работах [9–11] усматриваются дискурсивные контексты/практики, в которых немитигированное (т. е. несмягченное) несогласие является нормой речевого поведения и в которых выражение противоположных взглядов воспринимается интерактантами как ожидаемое и коммуникативно уместное поведение (например, обсуждение болельщиками футбольного матча за барной стойкой, вопросно-ответная сессия на конференциях и т. д.).

Что касается использования ликоугрожающих действий непосредственно в компьютерно-опосредованном общении, то Дж. Энгури и Т. Тселига [12] анализируют стратегии реализации несогласия в электронной среде (e-disagreement) на примере форумного общения греческих студентов и преподавателей и приходят к выводу, что коммуниканты более толерантны в отношении немитигированного «электронного» несогласия, нежели в отношении несогласия, высказанного при личной беседе, которое оценивается ими как маркированная форма поведения. Осознавая некоторую условность подобной обывательской оценки (не)вежливости и ощущая острую необходимость в применении специального метаязыка описания (не)вежливых дискурсивных практик, гонконгские лингвисты У. Шам и С. Ли [13] провели исследование, в рамках которого респондентам был предложен особый метапрагматический инструментарий оценки дискурсивного поведения участников форумного общения в виде трех параметров: вежливый/невежливый (polite/impolite), уместный/неуместный (appropriate/inappropriate), положительный/отрицательный (positive/negative). В ходе эксперимента шесть из одиннадцати стратегий реализации несогласия были оценены респондентами как вежливые, уместные и положительные (giving opposite opinions, giving negative comments, making a personal stance, reprimanding, raising rhetorical questions and rewording), в то время как использование ненормативной лексики (cursing) и вульгарность (vulgar phrases) были отмечены как невежливые, неуместные и отрицательные.

Такой подход к анализу вежливого/невежливого потенциала несогласия, как мы уже отмечали, имеет явный дискурсивный крен, поскольку вежливость разворачивающегося дискурса в данном случае совместно конструируется и оценивается непосредственными участниками общения на основе их интериоризированного опыта, суммирующего освоенные в процессе социализации ситуационно-мотивированные нормы поведения. Проще говоря, (не)вежливость является не чем иным, как соглашением (условностью), которое явно или неявно создается, поддерживается и при необходимости демонтируется коммуникантами прямо во время интеракции (например, в ходе переписки участников интернет-форумов).

Таким образом, по отношению к несогласию, также как и по отношению к другим речевым действиям, «конъюнктурно» проявляющим себя в дискурсе, вполне применима концептуальная метафора, предложенная Р. Уотсом [4, с. 115]: «подобно деньгам, имеющим символическую ценность, которая будет колебаться в зависимости от изменений на экономическом рынке, вежливость имеет социальную ценность, зависящую от [динамичных социальных

процессов]» (перевод и трансформация наши. – А. Б.). Отсюда следует вывод, что коммуникативная уместность несогласия может быть адекватно описана только вкупе с широким социопрагматическим контекстом, определяющим не только саму возможность, но и гибкие стратегии его реализации.

Коммуникативные стратегии реализации речевого действия несогласия

В фокусе данного исследования находятся универсальные закономерности реализации описываемого речевого акта в англоязычной КОК, в связи с чем настоящий анализ проводился в отвлечении от такого социолингвистического параметра, как территориальная вариативность английского языка. Вместе с тем в ходе обработки выборки нами были изъяты контексты, лексико-грамматическое оформление которых явно указывало на то, что английский язык не является родным для автора комментария. Осознавая непреодолимую ограниченность такого подхода и априори допуская его условность, мы, тем не менее, считаем возможным описание универсальных закономерностей реализации речевого действия несогласия в единой англоязычной среде компьютерно-опосредованного общения, тем более что фокус внимания современных исследователей все чаще сдвигается в сторону так называемого «мирового английского» (World English) – своеобразного lingua franca, нейтрализующего все менее заметный водораздел между носителями и неносителями английского языка.

Отметим сразу, что анализ способов реализации несогласия в комментариях к новостным постам в сети Instagram указывает на использование как митигированных, так и немитигированных стратегий. При этом из общего числа рассмотренных реплик-несогласий 29,5 % являются митигированными, а 66,5 % – немитигированными. Более детальная таксономия выявленных общих и частных дискурсивных стратегий и соответствующие количественные данные предложены в таблице.

Т а б л и ц а

Коммуникативные стратегии реализации РА несогласия в англоязычной КОК (комментарии Instagram)

Стратегия	Кол-во	%
1	2	3
Митигированные несогласия	59	29,5
Стратегия позитивной вежливости	27	13,5
Стратегия негативной вежливости	32	16
Немитигированные несогласия	133	66,5
Стратегия прямого несогласия	22	11
Стратегия косвенного позитивного несогласия	50	25

О к о н ч а н и е т а б л.

1	2	3
Стратегия пренебрежения	19	9,5
Стратегия оценки здравомыслия	20	10
Стратегия отклонения мнения	11	5,5
Стратегия косвенного негативного несогласия	36	18
Стратегия конструктивной критики	30	15
Стратегия запугивания	6	3
Стратегия притворного согласия (сарказма)	25	12,5
Другие	8	4

Прибегая к стратегиям митигированного несогласия, комментаторы отталкиваются от принципа вежливости Дж. Лича и, в частности, его конституирующей максимы – максимы согласия, предписывающей говорящему учитывать потребности позитивного лица адресата и ставить его позицию в приоритет за счет уменьшения ликоугрожающего эффекта от высказываемого противоположного мнения [6]. Так, ликосберегающие стратегии позитивной и негативной вежливости [5], названные в соответствии с аспектом социального лица адресата, подвергающегося атаке, представляются одинаково востребованными пользователями Instagram. Такие речевые обороты, как *you're right, but, good question, however, may be so, but* квалифицируются нами как средства реализации стратегии позитивной вежливости, поскольку их буквальная семантика нацелена на укрепление чувства солидарности и психологической близости с собеседником при выражении несогласия с его позицией, например (здесь и далее сохранены авторские особенности орфографии и пунктуации):

A: *You can be a parent by adopting some unfortunate child giving them a wonderful life.*

B: *You are right but the feel of a soul growing inside is different n miraculous.* (@bbcnews, 15.12.16)

Такие клишированные формы, как *haven't you heard?, don't you think?*, стратегически используются говорящим как средство негативной вежливости, поскольку прагматически они ориентированы на снижение давления на адресата и минимизацию вторжения в его когнитивное пространство, например:

A: *Kyiv (Kyiv) Kuee (Kiev) All correct. I cant believe how would you leave the main point and argue this matter?*

B: *the point is very clear: the change is slow and the right of speech is still not at the needed level in Ukraine. [...] However, why are you so convinced both names are correct? [...] Haven't you heard anything about the age old issue Ukraine has with Russia? Don't you think Ukrainians would want to call themselves and their cities in their own language?* (@financialtimes, 20.07.16)

Общеизвестно, что указанные средства вуалирования несогласия в руководствах по риторике приводятся в качестве первоочередного механизма перевода публичной дискуссии в конструктивное русло. Хорошо знакомы данные стратегии и изучающим английский язык, поскольку они традиционно приводятся списками для иллюстрации коммуникативных маневров интерактантов, нацеленных на сохранение гармонии межличностного общения в ситуации несогласия.

Между тем, как видно из полученных статистических данных, пользователи платформы Instagram зачастую пренебрегают принципом вежливости Дж. Лича и не смягчают несогласие. Стратегии немитигированного несогласия составляют около двух третей общего числа рассмотренных в рамках данного исследования несогласий. Вместе с тем особый исследовательский интерес здесь представляет не только само по себе превалирование немитигированных стратегий, но и соотношение конструктивных¹ и деструктивных стратегий – работающих «на» кооперативную коммуникацию и, соответственно, «против» нее.

Так, реализация стратегии косвенного позитивного несогласия² представлена несколькими подстратегиями: подстратегия пренебрежительного отношения ко мнению собеседника и дистанцирования от этого мнения (например, *Bullshit*), оценки здравомыслия собеседника и его суждения (например, *Whaaat ?? R u ok ?*) и отклонения мнения собеседника (например, *Not relevant. At all*). В большинстве случаев данные стратегии приводят к нарушению гармонии межличностных отношений коммуникантов и к реализации невежливости в чистом виде.

A: *When did Obama personally attack Trump? Update your caption for accuracy. Thanks!*

B: *What? You're kidding right?*

A: *No, I'm not kidding man*

B: *Go check your mental then*

A: *Go f*ck yourself then, bye* (@financialtimes, 07.12.16)

¹ Под конструктивными стратегиями несогласия (в отличие от деструктивных) мы понимаем стиль дискурсивного поведения, направленный на критическую оценку позиции адресата, а не его личности.

² Названия стратегии косвенного позитивного несогласия (например, русск. *Чушь!*) и далее стратегии косвенного негативного несогласия (например, русск. *На твоём месте я бы был поосторожнее с такими высказываниями*) выбраны нами по аналогии с предложенными Дж. Калпепером [14] и уже вошедшими в научный обиход стратегиями позитивной и негативной вежливости. Термины позитивный и негативный указывают на аспект социального лица адресата, подвергающегося атаке. Термин косвенный в данном случае не означает «митигированный» и указывает на имплицитность иллюкций несогласия.

Как видно из данного примера, выбранная стратегия реализации несогласия выходит за пределы интуитивных ожиданий собеседника относительно допустимых и адекватных способов дискурсивного взаимодействия в данном ситуационном контексте.

Напротив, стратегии *прямого несогласия* (например, *I don't think so; I can't agree with that*), *косвенно-негативного несогласия*, в частности *конструктивной критики* (например, *Not the religion but the perspective of people towards the others I think*) и *сарказма* (например, *Suuuuure and Putin isn't going to take advantage of Trump AT ALL*) не являются деструктивными. В данном случае гармония межличностных отношений коммуникантов не нарушается, несмотря на, казалось бы, невежливую форму высказываний («невежливая вежливость» [15]). Приведем пример:

А: *Give Trump four years to remove all the EPA regulations and this scene could be LA. They don't care about anything but today and how much money their making*

В: ***not even close! No one wants this to happen, but also can strain our economy with too many regulations. It's about finding a balance***

А: *Well, maybe* (@bbcnews, 20.12.16)

Заметим, что в случаях, когда априори невежливые дискурсивные маневры не оцениваются непосредственными участниками общения как неуместные или неадекватные, говорящий, формально пренебрегая интересами социального лица собеседника, на самом деле преследует иные цели, часто связанные с укреплением собственных позиций (желая показать свою осведомленность в выбранном вопросе) или проявлением интереса к позиции собеседника (в этом случае происходит укрепление позитивного лица последнего). Так, оставляя тот или иной комментарий, автор (сознательно или подсознательно) надеется на отклик со стороны других пользователей, на проявление внимания к своему мнению (иначе он бы оставил его при себе), поэтому нередко высказанное в ответ на инициативную реплику несогласие провоцирует здоровую дискуссию, в которую может вовлекаться неограниченное количество пользователей.

По-видимому, у пользователей социальных сетей в процессе взаимодействия вырабатываются интуитивные и уникальные для данного дискурсивного контекста «правила игры», регулирующие как процесс порождения, так и восприятия дискурса. Помимо прочего, данные правила игры включают и принимаемые обеими сторонами (и не всегда очевидные третьим лицам) явные и неявные соглашения о приемлемом и благоразумном стиле дискурсивного поведения, т. е. о допустимых границах вежливости. Выход за данные контекстно-специфичные границы остро ощущается непосредственными участниками общения и ведет к дестабилизации отношений между ними.

Если говорить непосредственно об общении в комментариях на страницах сетевых СМИ, которое, как уже отмечалось выше, характеризуется относительной анонимностью, нивелированием различий в социальной и коммуникативной власти между обычными пользователями, а также изначальной установкой на обмен конфликтующими мнениями, логичной представляется готовность собеседников к конструктивному диспуту, что априори предполагает реализацию различных конструктивных стратегий несогласия (в том числе и немитигированных). В связи с этим важно отметить, что больше половины рассмотренных нами немитигированных несогласий (58 %) являются конструктивными, что позволяет говорить о закреплении за немитигированным несогласием статуса коммуникативно уместного речевого действия в рассматриваемом типе интеракции.

Подводя итог всему вышесказанному, еще раз отметим, что, анализируя коммуникативную уместность речевого действия несогласия в англоязычной КОК, мы исходим из того, что, во-первых, сам акт является частотным и не может считаться неприоритетным (*dispreferred second*) в нашем типе дискурсивного контекста, и во-вторых, в подавляющем большинстве случаев он не подвергается митигации, т. е. не маскируется под другие более «вежливые» акты (за исключением ироничного и саркастичного несогласия), что часто происходит с невежливыми актами, оцениваемыми говорящим как неуместные в конкретных дискурсивных условиях (в соответствии с принципом вежливости Дж. Лича). При этом немитигированные формы не нарушают коммуникативную гармонию общения в нашем типе контекста, а зачастую укрепляют ее за счет создания у адресата ощущения того, что к его мнению проявлен интерес собеседника, что оно считается весомым, значимым и стоящим обсуждения. Среди несогласий в нашем корпусе значительное место занимают именно немитигированные формы, что свидетельствует о том, что немитигированное использование несогласия может быть квалифицировано как дискурсивная норма в рассматриваемом типе взаимодействия. Несмотря на то, что существуют и конфронтационные стратегии передачи несогласия, реализация которых сопровождается выпадом в сторону личности собеседника, несогласие может быть описано как конъюнктурный дискурсивный маневр, так как оно может не только нарушать гармонию межличностных отношений, но и зачастую поддерживать и даже усиливать ее.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Herring S. C. Computer-mediated conversation : Introduction and overview / S. C. Herring. – Mode of access: <http://www.languageatinternet.org/articles/2010/2801/>*

2. Щипицина Л. Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация или электронный дискурс? К определению основного понятия в лингвистическом изучении Интернета / Л. Ю. Щипицина // Вестник Тамб. гос. ун-та. Сер.: Гуманитарные науки. – 2009. – № 9. – С. 233–239.
3. Щипицина Л. Ю. Жанры компьютерно-опосредованной коммуникации : монография / Л. Ю. Щипицина. – Архангельск : Поморский университет, 2009. – 238 с.
4. *Watts R. J. Politeness* / R. J. Watts. – New York : Cambridge University Press, 2003. – 306 p.
5. *Brown P. Politeness : Some Universals in Language Usage* / P. Brown, S. Levinson. – Cambridge : Cambridge University Press, 1987. – 345 p.
6. *Leech G. Principles of Pragmatics* / G. Leech. – London ; New York : Longman, 1983. – 241 p.
7. *Pomerantz A. Agreeing and disagreeing with assessments : some features of preferred/dispreferred turn shapes* / A. Pomerantz // Atkinson M., Heritage J. (Eds.) *Structures of Social Action : Studies in Conversation Analysis*. – Cambridge University Press, Cambridge, 1984. – P. 57–103.
8. *Sacks H. On the preferences for agreement and contiguity in sequences in conversation* / H. Sacks // Button G. B., Lee J. R. E. (Eds.) *Talk and Social Organisation. Multilingual Matters*. – Clevedon, 1987. – P. 54–69.
9. *Locher M. Power and Politeness in Action : Disagreements in Oral Communication* / M. Locher. – Berlin : Mouton de Gruyter, 2004. – 365 p.
10. *Sifianou M. Disagreement, face and politeness* / M. Sifianou // *Journal of pragmatics*. – 2012. – № 44. – P. 1554–1564.
11. *Angouri J. Theorising disagreement* / J. Angouri, M. A. Locher // *Journal of pragmatics*. – 2012. – № 44. – P. 1549–1553.
12. *Angouri J. ‘You have no idea what you are talking about’ : from e-disagreement to e-impoliteness in two online fora* / J. Angouri, T. Tseliga // *Journal of Politeness Research*. – 2010. – № 6 (1). – P. 57–82.
13. *Shum W. (Im)politeness and disagreement in two Hong Kong Internet discussion forums* / W. Shum, C. Lee // *Journal of pragmatics*. – 2013. – № 50. – P. 52–83.
14. *Culpeper J. Impoliteness Strategies* / J. Culpeper // *Interdisciplinary Studies in Pragmatics, Culture and Society*. – Springer, 2016. – P. 421–445.
15. Быстрых А. В. Лингвистическая невежливость : проблема определения и методология исследования / А. В. Быстрых // *Известия ВГПУ. Сер.: Филологические науки*. – Воронеж, 2017. – № 4. – С. 160–167.

Воронежский государственный университет

Быстрых А. В., кандидат филологических наук,
доцент кафедры английской филологии

E-mail: andy0210@yandex.ru

Tel.: 8-960-121-06-69

Угай Д. Я., магистрант кафедры английской филологии

E-mail: imaqtdi@gmail.com

Tel.: 8-960-126-09-81

Voronezh State University

Bystrykh A. V., Candidate of Philology, Associate Professor of the English Philology Department

E-mail: andy0210@yandex.ru

Tel.: 8-960-121-06-69

Ugai D. Ya., Master-student of the English Philology Department

E-mail: imaqtdi@gmail.com

Tel.: 8-960-126-09-81