

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Челябинский государственный университет»**  
**(ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)**  
Миасский филиал  
Кафедра филологии

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

**Ивектива и комплимент в русской интернет-коммуникации:  
гендерные особенности**

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой,  
доцент, кандидат филологических наук  
Шакиров Станислав Маэлсович

(подпись)

Нормоконтроль

(подпись)

Выполнил студент

Щапина Екатерина Евгеньевна  
группы МО-401

очной формы обучения

направления подготовки 45.03.01 Филология

(подпись)

Научный руководитель

Попова Людмила Викторовна

Должность: доцент кафедры филологии

Ученая степень: кандидат филологических наук

Ученое звание: доцент

(подпись)

Миасс 2020

## График консультаций с научным руководителем

№	Дата консультации	Тема консультации	Подпись научного руководителя
1.	16.09.2019	Выбор направления выпускной квалификационной работы, источников для теоретической части исследования.	
2.	01.10.2019	Обсуждение результатов анализа теоретического материала. Определение целей и задач, объекта и предмета исследования. Выбор источников для практической части исследования. Определение методов исследования.	
3.	29.10.2019	Обсуждение результатов сбора и первичного анализа эмпирического материала. Корректировка объекта и предмета, методов, цели, задач. Формулирование рабочей гипотезы.	
4.	12.11.2019	Сопоставление первичных результатов теоретической и практической частей. Формулирование темы выпускной квалификационной работы, определение структуры. Корректировка гипотезы.	
5.	03.12.2019	Итоги раздела о теории речевого воздействия.	
6.	17.12.2019	Итоги работы с теоретическими исследованиями об инвективе.	
7.	27.12.2019	Итоги работы с теоретическими исследованиями о комплименте.	
8.	15.01.2020	Итоги работы с теоретическими исследованиями о гендерных особенностях речи.	
9.	30.01.2020	Итоги работы с эмпирическим материалом: комплименты.	
10.	06.02.2020	Проект научной статьи «Комплимент в русской интернет-коммуникации: гендерные особенности».	
11.	27.02.2020	Редактирование научной статьи «Комплимент в русской интернет-коммуникации: гендерные особенности».	
12.	11.03.2020	Итоги работы с эмпирическим материалом: инвективы.	
13.	27.03.2020	Проект научной статьи «Инвектива в русской интернет-коммуникации: гендерные особенности».	

14.	14.04.2020	Редактирование научной статьи «Инвектива в русской интернет-коммуникации: гендерные особенности».	
15.	29.04.2020	Итоги работы с эмпирическим материалом: сравнительный анализ инвективы и комплимента	
16.	06.05.2020	Проект образовательного мероприятия: классный час «Агрессия в интернет-среде: как избежать конфликтов?»	
17.	18.05.2020	Итоги разработки образовательного мероприятия.	
18.	25.05.2020	Итоговое сопоставление результатов теоретической и практической частей.	
19.	29.05.2020	Подготовка введения и заключения к выпускной квалификационной работе.	
20.	05.06.2020	Корректировка введения и заключения.	
21.	11.06.2020	Проверка библиографического списка, внутритекстовых ссылок, приложений.	
22.	18.06.2020	Проверка оригинальности текста выпускной квалификационной работы в системе «Антиплагиат».	

Научный руководитель \_\_\_\_\_ Л.В. Попова  
 Студент \_\_\_\_\_ Е.Е. Щапина

## Содержание

Введение.....	5
Часть 1. Инвектива и комплимент как тактики речевого воздействия .....	10
1.1. Основные понятия теории речевого воздействия .....	10
1.2. Инвектива как негативная речевая тактика: функции и проблема классификации.....	13
1.3. Комплимент как позитивная речевая тактика: функции и проблема классификации .....	28
1.4. Гендерные особенности речевого поведения.....	35
Часть 2. Анализ гендерного функционирования инвективы и комплимента в интернет-коммуникации.....	44
2.1. Инвектива в интернет-коммуникации: гендерный аспект .....	44
2.2. Комплимент в интернет-коммуникации: гендерный аспект.....	53
2.3. Сравнительный анализ инвектив и комплиментов .....	58
2.4. Разработка классного часа «Агрессия в интернет-среде: как избежать конфликтов?».....	71
Заключение .....	80
Библиографический список .....	85
Приложение 1. Корпус комментариев-инвектив .....	92
Приложение 2. Корпус комментариев-комплиментов.....	96

## Введение

Самыми яркими и действенными тактиками речевого воздействия являются инвектива и комплимент. Использование тех или иных речевых жанров или тактик во многом зависит от личностей коммуникантов, в том числе от их гендерной принадлежности. Настоящее исследование посвящено изучению гендерной специфики функционирования инвективы и комплимента в интернет-коммуникации.

Роль инвективы и комплимента в коммуникации интересует многих учёных с XX века, и в настоящее время эта тема не теряет своей актуальности. Проблеме речевой агрессии, в частности инвективе, посвящены работы В. И. Жельвиса, Н. С. Заворотищевой, О. В. Саржиной, Ю. В. Щербининой. Разные аспекты комплимента исследуют Е. В. Мудрова, И. С. Морозова, Р. В. Серебрякова и др. Как способы речевого воздействия оскорбление и комплимент рассматривают Л. Л. Федорова и О. С. Иссерс. Исследованию гендерного аспекта речевой коммуникации посвящены работы Е. И. Горошко, Е. С. Мышенковой, И. А. Якобы. Несмотря на значительное количество исследований гендерных особенностей интернет-коммуникации, исследований инвективы и комплимента недостаточно. В частности, инвектива исследуется либо как часть интернет-коммуникации, либо в других сферах употребления (политика, современная художественная литература).

Актуальность нашей работы обусловливается недостаточной изученностью функционирования инвектив и комплиментов в интернет-коммуникации (социальных сетях).

Объектом данного исследования являются инвектива и комплимент в интернет-коммуникации.

Предметом – гендерный аспект употребления инвективы и комплимента как тактик интернет-общения.

Цель исследования – определить гендерные особенности комплимента и инвективы в современном интернет-общении.

Для осуществления поставленной цели в работе ставятся следующие задачи:

1. Проанализировать научные работы по теме исследования для уточнения определений терминов «инвектива» и «комплимент»; проанализировать классификации комплиментов и инвектив, определить степень изученности данных речевых явлений.
2. Собрать языковой материал – примеры употребления инвектив и комплиментов в Интернете (на примере комментариев в социальной сети «ВКонтакте»).
3. Проанализировать языковой материал и определить гендерные особенности употребления инвектив и комплиментов в Интернете.
4. Провести сравнительный анализ инвектив и комплиментов в гендерном аспекте.
5. Разработать конспект классного часа на тему «Агрессия в интернет-общении».

Теоретическим материалом исследования послужили работы по теории коммуникации (М. Г. Федотова), теории речевых актов (Дж. Остин), прагмалингвистике (О. С. Иссерс, И. А. Стернин), гендерным особенностям речевой коммуникации (А. В. Кирилина, М. В. Томская, И. А. Якоба), а также исследования, посвященные разным аспектам изучения инвективы (В. И. Жельвис, Н. Д. Арутюнова, Е. Н. Бекасова, О. В. Саржина) и комплимента (Е. В. Мудрова, И. С. Морозова, Е. А. Семенова, Р. В. Серебрякова).

Источниками эмпирического материала исследования стали комментарии к записям в группах «Women's Secrets», «Киномания» и «Футбол Европы» социальной сети «ВКонтакте». Всего нами было собрано 1574 комментария: из них 347 комплиментов и 477 инвектив. Период сбора материала: сентябрь 2019 года.

В работе применены следующие методы исследования:

- а. общенаучные (наблюдение, описание, сопоставление, классификация, количественный анализ);
- б. лингвистические (интент-анализ, лексико-стилистический, морфологический, синтаксический, контекстологический анализ).

Новизна работы заключается в следующих аспектах:

1. В сравнительном анализе употребления комплиментов и инвектив в интернет-общении.
2. В анализе гендерного аспекта употребления комплиментов и инвектив в интернет-общении.

Гипотеза исследования звучит следующим образом: гендерные лингвистические исследования показывают, что речевое поведение мужчин отличается большей рациональностью, в то время как женскому речевому поведению свойственна большая эмоциональность. Мы предполагаем, что в современной интернет-коммуникации при употреблении комплиментов и инвектив эти особенности сохраняются не в полной мере: в Интернете возможна трансформация моделей речевого поведения.

Теоретическая значимость заключается, во-первых, в обосновании необходимости комплексной методики при исследовании инвективы и комплимента как речевых явлений: учет различных аспектов содержания и формы, вербальных и невербальных компонентов; во-вторых, в получении данных, значимых для изучения динамики современной языковой личности мужчин и женщин.

Практическая значимость состоит в том, что результаты данного исследования могут быть использованы в преподавании вузовских дисциплин «Лингвистические аспекты конфликтологии», «Введение в теорию коммуникации», «Стилистика и культура речи», в преподавании дополнительных разделов к школьному курсу русского языка, а также при

проведении курсов и тренингов по речевому общению в сфере интернет-коммуникации.

Выпускная квалификационная работа имеет следующую структуру: введение, две главы, заключение, список использованной литературы и приложения.

В первой главе рассматриваются основные теоретические вопросы, связанные с понятием жанров интернет-коммуникации, дана характеристика визуализации современной коммуникации.

Во второй главе анализируется лингвистический материал: рассматриваются примеры жанровых и нежанровых способов визуализации современной интернет-коммуникации.

В приложениях представлен анализируемый лингвистический материал.

Данная работа состоит из введения, двух частей, заключения и приложения.

Основные положения и результаты работы были представлены на следующих конференциях:

2019 г.: научно-практическая конференция «Наука XXI века: проблемы, поиски, решения», посвященная 95-летию со дня рождения В. П. Макеева (26 апреля 2019 г., МФ ЧелГУ)

2020 г.: научно-практическая конференция «Наука XXI века: проблемы, поиски, решения», посвященная 75-летию Победы в Великой отечественной войне (24 апреля 2020 г., МФ ЧелГУ).

Материалы дипломной работы отражены в трех публикациях:

1. Щапина, Е. Е. Комплимент в современном интернет-общении / Е. Е. Щапина. // Наука XXI века: проблемы, поиски, решения: материалы XLIII научно-практической конференции, посвященной 95-летию со дня рождения В. П. Макеева (Миасс, 26 апреля 2019 г.) / под ред. Е. А. Суховой; Миасский филиал ФГБОУ ВО «ЧелГУ». – Миасс : Геотур, 2019. – С. 314-320. –



URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42795327> – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей.

2. Попова Л. В., Щапина Е. Е. Комплимент в русской интернет-коммуникации: гендерные особенности // Традиционные национально-культурные и духовные ценности как фундамент инновационного развития России. – 2020. – № 1 (17). – С. 82-85.
3. Щапина Е. Е. Инвектива в русской интернет-коммуникации: гендерные особенности // Наука XXI века: проблемы, поиски, решения: материалы XLIV научно-практической конференции, посвященной 75-летию Победы в Великой отечественной войне (Миасс, 24 апреля 2020 г.) / под ред. Е. А. Суховой; Миасский филиал ФГБОУ ВО «ЧелГУ». – Миасс : Геотур, 2020. – В печати.

## **Часть 1. Инвектива и комплимент как тактики речевого воздействия**

### **1.1. Основные понятия теории речевого воздействия**

Речевое воздействие – это воздействие человека на другого человека или группу лиц при помощи речи и сопровождающих речь невербальных средств для достижения поставленной говорящим цели [41, 51]. Термин «речевое воздействие» восходит к понятию перлокуции, введенному Дж. Остином в его теории речевых актов. Модель речевого акта Дж. Остина включает локуцию – говорение, иллокуцию – коммуникативное речевое действие и перлокуцию – речевое воздействие, или речевоздействующий эффект, производимый говорящим на чувства, мысли и действия собеседника [42, 47; 11, 831].

Л. Л. Федорова в своих исследованиях выделяет следующие типы речевого воздействия:

- 1) социальное – передачи информации так таковой нет, но есть определённые социальные акты (приветствие, клятва, молитва);
- 2) волеизъявление – речевые действия, которые направлены на то, чтобы объект выполнил волю говорящего (приказы, просьбы, отказы, советы и т.д.);
- 3) оценочное и эмоциональное воздействие связано с объективно установленными общественными и морально-правовыми отношениями либо с областью межличностных субъективно-эмоциональных отношений (порицание, упрёк, похвала, обвинение оскорбление, угроза);
- 4) разъяснение, информирование: объяснение, доклад, сообщение, признание [42, 47].

Однако основу данной классификации составляет не способ воздействия на партнера, а тип речевых действий, что сближает типологию Л. Л. Фёдоровой с классификациями речевых актов, предложенными

Дж. Остином и Дж. Серлем, и с классификацией речевых жанров Т. В. Шмелевой.

О. С. Иссерс яркими примерами речевого воздействия считает речевые стратегии и речевые тактики.

Любой речевой акт имеет коммуникативную цель, однако не каждый можно рассматривать с точки зрения стратегического назначения. О. С. Иссерс даёт следующее определение речевой стратегии: «Стратегия – с точки зрения когнитивной лингвистики – это план комплексного речевого воздействия, которое осуществляет говорящий для «обработки» партнера. Это своего рода «насилие» над адресатом, направленное на изменение его модели мира, на трансформацию его концептуального сознания» [25, 102]. Возможность общения, не имеющего стратегии, рассматривается по-разному. Р. Блакар и К. Келлерман считают, что у любого высказывания есть цель, следовательно, любая коммуникация носит стратегический характер. Это широкое понимание речевой стратегии. Узкое понимание предполагает наличие стратегии только в отдельных, чаще всего проблемных речевых ситуациях. О. С. Иссерс предлагает третий путь понимания речевых стратегий: стратегия базируется на интерпретации, поскольку именно она лежит в основе речевого воздействия. Нестратегическими в таком случае считаются высказывания, содержащие информирование в чистом виде: «Поезд прибудет в 12 часов», приказы и т.д. – все речевые акты, не допускающие возможности вариативной интерпретации [25, 103].

О. С. Иссерс выделяет общие и частные речевые стратегии: так, например, общая стратегия дискредитации реализуется в частных речевых стратегиях оскорбления, обвинения, насмешки и т.д. Такая классификация соотносится с классификациями речевых актов (Дж. Остин, Дж. Серл) и речевых жанров (Т. В. Шмелева). Под речевым актом традиционно

понимается целенаправленное коммуникативное действие, совершаемое согласно правилам языкового поведения [11, 830]. Из классификаций речевых актов нас будут интересовать вердиктивы, выделенные Дж. Остином и выражающие оценку чего- или кого-либо [48, 150].

Целью любой речевой стратегии является коррекция модели мира адресата, что достигается с помощью различных речевых тактик. Таким образом, речевая тактика – это одно или ряд действий, которые способствуют реализации стратегии. И. Н. Борисова определяет тактику общения как «динамическое использование коммуникантами речевых умений для построения диалога в рамках той или иной стратегии» [4, 41].

Отличием речевых актов от речевых тактик является объект анализа: для речевых актов это высказывание вне диалога, а в анализе речевых тактик учитываются социальные и психологические аспекты общения [25, 113].

Анализируя русскую речь, О. С. Иссерс выделяет такие речевые тактики как тактики уговаривания (уговоры, просьба, убеждение), дискредитации (оскорбление, издевка, обвинение), эмоционально настраивающие тактики (комплимент), тактика самопрезентации.

В следующих пунктах нас будут интересовать инвектива и комплимент как способы оценочного и эмоционального речевого воздействия (оскорбление и похвала), в аспекте речевых тактик дискредитации и эмоционально настраивающих тактик.

Таким образом, речевое воздействие предполагает воздействие на другого человека или группу лиц с целью достижения поставленной говорящим цели с помощью речевых стратегий и речевых тактик. Классификации речевого воздействия, стратегий и тактик часто схожи с классификациями речевых актов и жанров. Разница между этими понятиями связана с тем, что объект изучения в теории речевых актов и речевых жанров – это высказывание вне диалога, для стратегий и тактик

важна эффективность общения, его социальные и психологические особенности.

## **1.2. Инвектива как негативная речевая тактика: функции и проблема классификации**

Язык как средство общения, помимо коммуникативной, гносеологической и др. функций, имеет экспрессивную функцию, которая воплощается с помощью такой языковой категории как инвектива.

Инвектива происходит из фольклорных традиций открытого поношения (зачастую имеющего ритуальный характер). Бранная речь и бранная поэзия свойственны многим традиционным культурам (древнекельтская, древнескандинавская) [38]. Е. Н. Бекасова упоминает факт необходимости брани перед военными действиями – древний ритуал, заключающийся в том, что воины посредством ругани вводят себя в необходимое для боя психологическое состояние [2, 58]. Инвективные элементы встречаются в древнегреческом эпосе, ранней лирике и аттической комедии. В эпоху поздней Античности инвектива стала представлять собой жанр ораторской речи (противопоставление панегирику). Наиболее яркие представители – Демосфен и Цицерон. В литературе эпохи Возрождения инвектива используется либо как шутовская буффонада (Ф. Рабле), либо как философская полемика, использующая различные риторические приемы («Инвектива против врача» Ф. Петрарки). В Новое время инвективу вытесняют пасквиль и памфлет [38]. В настоящее время инвектива из литературного жанра переходит в жанр разговорной речи.

Современные лингвисты часто употребляют термин «инвектива», однако единого мнения о его значении нет. Рассмотрим определения из разных словарей.

- 1) Инвектива, инвективы, ж. [от лат. *investives* – бранный, ругательный] (книжн.). Гневное, оскорбительное, резкое выступление против кого-

, чего-н., оскорбление, выпад, брань, ругательство. [19, 391; 21, 171; 24, 469].

- 2) Инвектива (англ. *invective* – брань, обличительная речь) – культурный феномен социальной дискредитации субъекта посредством адресованного ему текста; устойчивый речевой оборот, воспринимающийся в той или иной культурной традиции в качестве оскорбительного для адресата [33, 262; 38].
- 3) Инвектива (от позднелат. *invectiva oratio* – бранная речь), жанр сатиры, гневное устное или письменное обвинение, памфлет; выпад; ругань, оскорбление; диатриба [20, 178; 22, 179].
- 4) Инвектива (лат. *invectīva (oratio)* – «бранная речь») – резкое, оскорбительное публичное выступление против кого-либо, чего-либо, оскорбительная речь, выпад, направленные на понижение социального статуса адресата и оформленные языковыми конструкциями с открытой негативной оценкой [23, 299].

Рабочим определением в исследовании будем считать следующее: инвектива – речевая тактика дискредитации, агрессивный выпад в устной или письменной форме против кого- или чего-либо, направленный на оскорбление и унижение адресата.

Объектом научного интереса инвективная лексика стала сравнительно недавно. В зарубежной лингвистике исследования на подобные темы стали появляться в 70-х – 80-х годах XX века (П. Целдран, Дж. Д. Луке, А. Паломино, Р. Аман, Л. Андерсон и др.). В российской лингвистике исследований, посвященных брани и, в частности, инвективам, крайне мало. Наиболее авторитетными являются монографии и статьи В. И. Жельвиса. В последнее время интерес к данной теме повысился, о чем свидетельствует большое количество диссертаций, так или иначе связанных с инвективами (А. С. Маслов «Зоометафоры-инвективы в современном русском языке», Н. С. Заворотищева «Инвективы в современной разговорной речи», О. В. Саржина «Русские

инвективные имена лица: комплексный анализ», А. В. Коряковцев «Инвективность как функционально-семантическая категория русского языка» и др.). Несмотря на то, что увеличивается количество исследований, посвященных инвективам, терминологический аппарат разработан недостаточно, в частности, не определен лингвистический статус ругательств.

Одной из зрения на проблему определения языковой сущности инвективы можно считать подход, согласно которому инвектива относится к разряду речевых жанров (Л. П. Крысин, Н. Д. Голев, Е. А. Белоусова, Б. Я. Шарифуллин). Данный подход ориентирован на исследования, связанные с попытками выделения инвариантной модели речевых жанров, учитывающей наиболее существенные жанрообразующие факторы (Е. А. Земская, Т. В. Шмелева, Г. И. Богин, А. А. Тертычный и др.). Согласно этой концепции инвектива является сложным жанром, поскольку может включать в себя различные первичные жанры (просьба, похвала, жалоба и др.) и трансформировать их. С точки зрения коммуникативной цели инвектива – это оценочный речевой жанр, т.к. посредством резкого выпада против кого- или чего-либо выражается авторская оценка факта или события. Концепция автора напрямую связана с реализацией коммуникативной цели этого жанра. Объектом инвективы может стать лицо, группа лиц (их действия), а также событие или ситуация [17, 132-133].

Однако, как было отмечено ранее, речевой жанр – это высказывание вне диалога, поэтому мы будем рассматривать инвективу как речевую тактику дискредитации.

Основной функцией инвективной лексики считается оскорбление, но роль инвективы не сводится только к агрессии. Среди ученых нет общего мнения о функциональной составляющей инвективы.

В. И. Жельвис выделил 27 функций инвективной лексики. По мнению В. И. Жельвиса, инвектива используется в речи как для

оскорбления, так и как способ установления дружеских отношений с окружающими, функции самоуничижения и самоподбадривания и др. Главными он считал следующие функции:

- Средство выражения земного, профанного начала, противопоставленного началу священному, сакральному.
- Катартическая функция, т.е. возможность получить психологическое облегчение с помощью инвективы.
- Функция понижения социального статуса адресата. Функция реализуется с помощью различных средств:
  - Сопоставление имени адресата с непристойными наименованиями.
  - Зоометафоры.
  - Обвинение в нарушении социального табу.
  - Употребление сниженного или табуированного слова для выражения отрицательного отношения к адресату [15, 109-110].

Авторы издания «Понятия чести, достоинства и деловой репутации» сводят назначение инвективной лексики к 9 функциям:

1. Функция, имеющая целью оскорбить, унизить, опорочить адресата речи.
2. Криптолалическая функция – ненормативная лексика выступает в качестве идентифицирующего кода-сигнала окружающим, что говорящий – «свой».
3. Реакция на систему тоталитарных запретов в сфере духовной культуры, общественно-политической деятельности.
4. Своеобразная бравада вседозволенностью.
5. Как экспрессивное (стилистическое) средство, цель которого – оживить, сделать более эмоциональной речь говорящего.
6. Средство разрядки психологического напряжения индивида.
7. Реализация эстетической функции «неканонизированной речи» в художественном тексте.



8. Языковая игра, свойственная фамиллярной речи.
9. Междометное ситуативное обозначение предмета разговора или адресата речи и заполнение пауз [37, 29].

Таким образом, основной функцией инвективы как средства речевого общения является оскорбление. Однако инвективная лексика не всегда выступает в роли вербальной агрессии – функции установления контакта между людьми, дружеского подтрунивания или подбадривания и криптолалическая функция, наоборот, служат для установки более близких и дружественных отношений и не имеют цели обидеть адресата. Ненормативная лексика не всегда имеет адресата и используется также для получения психологического облегчения, в качестве междометий и заполнителей пауз.

Основная функция инвективы – функция оскорбления – позволяет установить связь между инвективой и понятиями речевого воздействия. Это позволит выделить инвективу как частную речевую стратегию, являющуюся реализацией общей стратегии дискредитации.

Так как одной из главных функций инвективы является оскорбление, выражение агрессии по отношению к адресату, в этом отношении инвектива выступает как проявление вербальной агрессии, направленное на оскорбление, нанесение психического и психологического ущерба адресату. Инвектива является одной из составляющих агрессивного дискурса.

По определению А. Н. Арутюновой под термином «дискурс» понимается «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами», т.е. это текст, взятый в событийном аспекте [1, 136-137].

Агрессия – мотивированное деструктивное поведение, противоречащее нормам и правилам сосуществования людей в обществе, наносящее вред объектам нападения, причиняющее им физический или психологический вред, вызывающее у них негативные эмоции и ощущения

[13, 27] Выделяют вербальный тип агрессии, к которому относится инвектива.

Таким образом, инвектива – это вид вербальной агрессии, выраженный текстом в конкретной речевой ситуации и направленный на причинение морального или психологического ущерба объектам нападения.

О. В. Саржина сближает инвективу с эмотивно-оценочным дискурсом (далее – ЭОД), выделенным Т. А. Трипольской. Это сближение обусловлено похожим языковым наполнением – эмоционально-оценочной лексикой [39, 257].

Инвектива обладает основными признаками ЭОД, но ей присущи собственные специфические проявления.

1. ЭОД характерна эмотивно-оценочная модальность содержания. Спецификой инвективы является наличие только негативной модальности.
2. Главной составляющей ЭОД является эмоционально-оценочная лексика. Особенностью инвективы является лексика с негативной окраской.
3. ЭОД свойственна высокая степень экспрессивности, являющаяся результатом взаимодействия эмотивно-оценочной и нейтральной лексики. Спецификой инвективы является высокая степень отрицательной экспрессивности (следствие сложения смыслов негативной эмоционально-оценочной и нейтральной лексики).
4. Первичным намерением ЭОД выступает стремление выразить эмоциональное состояние и эмотивную оценку. Основным намерением инвективы является воздействие на эмоциональное состояние, поведение, и ценности объекта-адресата. Выражение эмоциональной оценки является второстепенной и реализуется параллельно.

5. Одной из составляющих ЭОД является эмоциональный контекст (комплекс эмоций, испытываемых субъектом). Основой эмоционального контекста инвективы являются эмоции враждебности – отвращение, презрение, пренебрежение, гнев, злость, ненависть, раздражение, досада, обида и др. [39, 258-259]

Оскорбление – коммуникативный процесс, в котором существует два участника. Для распознавания и понимания инвективы оба участника должны обладать знанием значения инвективы. Как отмечает В. И. Жельвис: «...для человека, который не знает значения инвективы, она как инвектива просто не существует» [15, 38]. Обращение к инвективе свойственно определенным слоям населения, при этом в разных группах существует разное умение использовать языковые и мыслительные категории, причем величина разрыва между этими категориями показывает уровень, т.е. чем больше разрыв, тем ниже уровень – чем больше инвективной лексики используется человеком в процессе речи, тем беднее его словарный запас. Однако представители высокого уровня способны на создание оригинальных, нетипичных авторских инвектив. Восприятие инвективы во многом зависит от социальной подгруппы, в которой он происходит. В подгруппах, где резкая и вульгарная инвектива – обычное явление, оскорбления производят меньшее впечатление, поскольку не являются неожиданностью для адресата.

Несмотря на негативный характер, вербальная агрессия выполняет и полезную «катарсическую» функцию в обществе – служит способом выброса накопившихся эмоций [15, 35; 39, 265]. Вербальная агрессия считается менее опасной, чем физическая. Так, например, в США отменены штрафы за сквернословие и богохульство в общественных местах. Однако общество не учитывает тот факт, что вербальная агрессия – первая ступень на пути к агрессии физической, а также явление, создающее у членов общества агрессивный подход к действительности. Так психологические исследования показывают, что инвектива не дает

полного катарсиса – после временного катарсиса возможно возобновление агрессии по отношению к объекту. Помимо этого, согласно «теории социального научения», агрессия – это форма поведения, являющегося результатом процесса социального научения. Агрессия определяется влиянием семьи, сверстников и СМИ [39, 265-266].

Таким образом, инвектива – это вид вербальной агрессии, являющийся не менее опасным по сравнению с физической агрессией, т.к. является формой агрессии и имеет целью намеренное причинение вреда другому человеку.

Способ классификации инвектив вызывает споры среди ученых. Разногласия вызваны возможностью отнести одно и то же слово к разным группам инвективной лексики. Так в разных речевых ситуациях одно и то же слово может быть отнесено к табуированной лексике, обзываниям и гневным («монологическим») возгласам.

Одна из первых попыток классифицировать инвективную лексику была предпринята В. И. Жельвисом. Говоря о сложности группирования инвектив, он выделяет следующие инвективные группы: «Брань», «Ругань», «Сквернословие», «Непристойные слова» («обсценные слова»), «Обзывание», «Поношение», «Табуированная лексика» и «Ненормативная лексика» [14, 111]. Данную классификацию нельзя назвать полноценной, потому что неясно, к какой группе относится то или иное слово.

О. В. Саржина в статье «Оскорбление словом (инвектива) как агрессивный дискурс» делит инвективу на те же виды, что и вербальную агрессию – реактивную и проактивную инвективу.

- Реактивная инвектива – это вербальная реакция, ответ на осознаваемую угрозу или оскорбление (инвектива-реакция).
- Проактивная инвектива – это оскорбительное вербальное поведение с целью достижения личной выгоды. Нанесение ущерба другим в таком случае не является целью, оскорбление

используется как инструмент для осуществления желаний адресанта инвективы (инвектива-средство) [39, 264].

Данная классификация отражает только два варианта употребления инвективной лексики – как реакцию на агрессию и средство для достижения целей. Исключаются инвективы монологического характера, не имеющие определенного адресата и употребляемые для выражения чувств. Более полным вариантом данной классификации можно считать классификацию Ю. В. Щербининой.

Ю. В. Щербинина, исследуя речевую агрессию, выделяет основные её виды, которые мы считаем применимыми и для инвектив:

Рассмотрим основные виды речевой агрессии.

1. По интенсивности, или степени выраженности:

- Слабая («стертая») речевая агрессия – не очень грубый, но с отсутствием необходимых формул вежливости отказ, скрытый упрек, косвенное осуждение, непрямое оскорбление (например, «сам такой», «это ты о себе сказал»).
- Сильная речевая агрессия – явная брань, ругань; крайне эмоционально выраженное прямое осуждение; грубое требование, произнесенное в резко повышенном тоне («крик»); враждебные замечания, язвительные насмешки, веские по содержанию угрозы также относятся к сильной речевой агрессии.

2. По степени целенаправленности агрессивного высказывания и его осознанности говорящим:

- Осознанная, целенаправленная (преднамеренная, инициативная) речевая агрессия – главной целью говорящего является причинение коммуникативного вреда адресату (оскорбить, унижить, высмеять, пригрозить и т. п.). Вербальная агрессия, обусловлена внутренним побуждением.
- Неосознанная или осознанную недостаточно, нецеленаправленная (непреднамеренная, реактивная, оборонительная, защитная) –

причинение коммуникативного вреда не является для говорящего самоцелью, но ему «пришлось» оскорбить с целью защиты. В данном случае речевая агрессия обусловлена внешним раздражителем.

3. По характеру, способу выраженности:

- Явная (открытая) вербальная агрессия делится на три группы: Агрессия выражается и в форме, и в содержании: явная угроза, намеренное оскорбление, грубое требование, замечание-порицание, грубый отказ.

Агрессия выражается только посредством формальных признаков. При внешнем отсутствии агрессивного смысла в высказываниях, агрессия явно содержится в тоне, тембре, темпе речи.

Агрессия, заключенная только в содержании высказывания: высказывания, по содержанию представляющие собой злобные сплетни, очевидную клевету, явный донос, но по формальным признакам (интонации, тембру, темпу речи) являющиеся нейтральными.

- Скрытая (неявная) вербальная агрессия – скрытые проявления вербальной агрессии возникают почти всегда на уровне манипуляции, который отличается косвенным, опосредованным воздействием говорящего на адресата, использованием четко продуманных и заранее подготовленных коммуникативных тактик.

4. По отношению к объекту речевой агрессии (адресату высказывания) можно говорить о «переходной» и «непереходной» разновидностях агрессии. Для различения этих видов вербальной агрессии выделяются следующие параметры:

- наличие / отсутствие определенного объекта;
- представленность / непредставленность объекта агрессии в данной речевой ситуации;
- конкретность / абстрактность объекта.

## 5. Речевая агрессия по числу участников ситуации

- Массовая речевая агрессия – участники объединяются под руководством «лидера» (наиболее агрессивного участника).
- Социально замкнутая (межличностная, групповая) речевая агрессия [45, 34-37].

Данная классификация характеризует формальные признаки речевой агрессии (степень и способ выраженности, целенаправленность, отношение к объекту агрессии и число участников).

Н. С. Заворотищева в своей диссертации «Инвективы в современной разговорной речи» выделяет следующие группы инвективной лексики:

1. Инвективы общего характера, т.е. такие инвективы, которые не имеют четкого, определенного значения и могут использоваться для обвинения человека в самых различных пороках, начиная от глупости и заканчивая нечистоплотностью.
2. Инвективы, обозначающие недостатки умственного развития.
3. Инвективы, обозначающие недостатки внешности человека.
4. Инвективы, обозначающие отрицательные черты характера и асоциальных моделей поведения.
5. Инвективы, обозначающие отклонения в здоровье [16, 14].

Классификация концентрирует внимание на инвективах-оскорблениях, основанных на недостатках внешности, поведения или умственных способностей.

Самой известной на данный момент является классификация, предложенная авторами издания «Понятия чести, достоинства и деловой репутации» (в частности Ю. А. Бельчиков, В. Н. Базылев, А. А. Леонтьев, Ю. С. Сорокин). Согласно этой классификации инвективная лексика делится на следующие группы:

1. Нелитературная ругательная лексика, чаще всего заимствованная из жаргонов и диалектов;
2. Обсценная лексика (мат);

3. Ненормативная, грубопросторечная лексика;
4. Литературные слова и выражения:
  - а. Слова, обозначающие социально осуждаемую, антиобщественную деятельность: жулик, бандит, мошенник.
  - б. Слова с ярко выраженной негативной окраской, выражающей основной смысл их употребления: расист, двурушник, враг народа.
  - в. Названия профессий в переносном значении: мясник, палач.
  - г. Зоосемантические метафоры (названия животных): баран, свинья.
  - д. Глаголы с «осуждающей» семантикой или с прямой негативной оценкой: хапнуть, украсть.
  - е. Слова, содержащие в значении экспрессивно-негативную оценку кого-либо: гадина.
  - ж. Эвфемизмы для слов 1-го разряда, сохраняющие их резко негативный характер: путана, женщина легкого поведения, интердевочка.
  - з. Специально создаваемые (оказиональные) каламбурные образования, направленные на оскорбление или унижение адресата: коммуняки, прихватизация [37, 27-29].

Таким образом, классифицировать инвективы можно по разным критериям. Так, В. И. Жельвис в своей классификации рассматривает происхождение инвективной лексики, авторы «Понятий чести...» – источники и частично семантику инвектив. Н. С. Заворотичева создала тематическую классификацию инвектив. Анализируя речевую агрессию, Ю. В. Щербинина выделила формальные признаки и связь с речевой ситуацией, что легло в основу её классификации. Классификация О. В. Саржиной основана на рассмотрении причин обращения к инвективе и частично совпадает с делением речевой агрессии по целенаправленности Ю. В. Щербининой.



В современном обществе помимо традиционных форм общения все большую популярность приобретает интернет-общение: в социальных сетях, на форумах, в комментариях к новостям – существует множество способов для взаимодействия людей между собой в сети интернет.

Появление и развитие новой формы общения ведет снятию коммуникативных ограничений, с которыми коммуниканты сталкиваются в процессе обычного общения. Разрушаются, в частности, этические нормы и правила. Свобода слова и относительная анонимность интернет-пользователей приводят к негативным последствиям: появляется возможность создания текстов, нарушающих языковые и морально-нравственные нормы. Анонимность интернет-коммуниканта позволяет ему выразить то, что он бы скрыл или «сгладил» при непосредственном общении [12, 96].

Речевая агрессия в интернет-пространстве реализуется посредством использования инвективных речевых жанров, которые наносят психологические травмы адресатам и способствуют отстранению воспитанных пользователей от коммуникативного процесса. Это связано с тем, что коммуникативная цель инвективы – дискредитировать оппонента, причинить ему эмоционально-психический вред.

Исследование И. В. Евсеевой, А. В. Кожеко и Т. А. Лузгиной показывает, что использование инвективной лексики в интернете зависит от типа сайта, на котором происходит коммуникация. Так, на специализированных форумах для подростков использование инвективной лексики редко. На сайтах, где есть модераторы, подростки следят за своей речью, стараются понять друг друга (например, форум «predkov.net»). Однако на других сайтах, таких как «vk.com» и «sprashivai.ru», встречается повсеместное употребление инвектив. Среди самых популярных инвективных речевых жанров были выявлены: оскорбление, угроза, насмешка, упрек, претензия, нападки и некоторые другие [12, 94].

В интернет-пространстве речевая агрессия осуществляет оппозицию «свой-чужой». Тот, чье мнение совпадает с мнением комментатора, автоматически признается «своим», тот же, чье мнение отличается от мнения комментатора, воспринимается как «чужой» и вызывает вербальную агрессию.

В процессе развития интернет-коммуникации выделились такие специфические формы речевой агрессии как троллинг (речевая провокация) и флейминг (спор ради спора). Специфичной является прагматическая установка адресанта: его целью является дестабилизация процесса коммуникации. Троллинг и флейминг являются своеобразной игрой – существуют определенные правила такого речевого поведения и используются определенные языковые и речевые средства для их реализации [6, 111].

Рассмотрим подробнее данные тактики агрессивного речевого поведения.

Т. А. Воронцова выделяет две основные техники троллинга:

1. «Шоковая» – представляет собой агрессивное опровержение общего мнения. Обязательное условие такого троллинга – резкое расхождение с оценкой большинства участников коммуникации.
2. Переход на личности. Обычно это высказывание, содержащее резко негативную оценку кого-либо из участников коммуникации. В качестве мишени чаще всего выбирается наиболее авторитетный участник обсуждения: постоянный комментатор на данном сайте, или тот, кто позиционирует себя как профессионал в обсуждаемой теме [6, 112].

Результатом удачного троллинга может быть переход на флейминг – агональный диалог, смыслом которого является сам полемический процесс, т.е. спор ради спора. Пусковым механизмом такого типа коммуникации в интернет-общении обычно является реплика-троллинг.

Таким образом, флейминг является результатом эффективной речевой провокации. В риторическом понимании флейминг нельзя считать спором, потому что предмет обсуждения в таком споре обычно или отсутствует, или является второстепенным. Флейминг является взаимным троллингом, где основным приемом является переход на личности.

Специфичной особенностью употребления инвективной лексики в интернете является использование эмодзи (смайликов), которые могут усилить эффект инвективы, показать неудачность попытки автора унижить адресата, выразить желание автора уйти от ответственности за сказанные слова и т.д.

Таким образом, в глобальной сети интернет инвективная лексика проявляется практически в том же объеме, что и при непосредственном живом общении. Использование инвектив в интернет-среде обладает собственной спецификой: эмодзи и особые формы коммуникации «троллинг» и «флейминг».

Таким образом, инвектива – речевая тактика дискредитации, агрессивный выпад в устной или письменной форме против кого- или чего-либо, направленный на оскорбление и унижение адресата. Сегодня инвектива – жанр преимущественно разговорной речи. Объектом научного интереса инвектива стала в конце XX века. Оскорбление – это основная, но не единственная функция инвективной лексики: функции установления контакта между людьми, дружеского подтрунивания или подбадривания, наоборот, служат для установки более близких и дружественных отношений. Инвектива не всегда имеет адресата и используется для получения психологического облегчения, в качестве междометий и заполнителей пауз. Классифицировать инвективы можно по разным критериям. В. И. Жельвис рассматривает происхождение инвективной лексики, авторы «Понятий чести...» – источники и частично семантику инвектив. Н. С. Заворотичева создала тематическую классификацию инвектив. Анализируя речевую агрессию, Ю. В. Щербинина выделила

формальные признаки и связь с речевой ситуацией, что легло в основу её классификации. Классификация О. В. Саржиной основана на рассмотрении причин обращения к инвективе и частично совпадает с делением речевой агрессии по целенаправленности Ю. В. Щербининой. Сегодня инвектива активно используется в интернет-общении: относительная анонимность и отсутствие непосредственного контакта снимает ограничения живого общения, позволяя выражать то, что бы коммуникант скрыл или сгладил в жизни. Употребление инвектив в интернет-среде обладает собственной спецификой: эмодзи и особые формы коммуникации «троллинг» и «флейминг».

### **1.3. Комплимент как позитивная речевая тактика: функции и проблема классификации**

Одним из самых действенных способов речевого воздействия является комплимент.

Комплименты существуют с древнейших времён. Традиция комплимента восходит к средневековой французской куртуазной рыцарской культуре, но обязательной нормой речевого этикета он стал только в XVII веке. В русскую речевую практику комплимент вошёл в начале XVIII века, в период правления Петра I, но сфера его употребления ограничивалась эпистолярным жанром. В XIX веке комплимент стал элементом устного этикета и воспринимался как символ благосклонности, появились руководства по искусству делать комплименты. В начале XX века комплимент перестаёт активно функционировать в связи с переменами в общественном строе и потерей необходимости соблюдать этикет. В конце века вновь происходят коренные перемены в обществе, и комплименты возвращаются в сферу использования. В наше время комплимент стал неотъемлемой частью речевого общения [8, 27-29].

Начиная с начала 80-х годов XX века, наблюдается рост интереса к комплименту как речевому жанру. Сначала зарубежные лингвисты

(Герберт, Левандовска-Томашук и др.), а затем и отечественные исследователи (Германова, Клюев, Иссерс) заинтересовались комплиментом с прагматической стороны. Комплимент рассматривался как одна из речевых тактик, цель которой – установление контакта и поддержание добрых отношений. Позже комплимент стал рассматриваться практической психологией в целях обучения искусству делового общения (Шепель, Шейнов, Бодалев, Борисов и др.). В рамках практической психологии комплимент рассматривается как необходимый компонент создания доверительной тональности общения, способствующий его эффективности.

На рубеже XX-XXI веков количество исследований, посвящённых комплименту, выросло. Изучение комплимента велось с разных сторон: В. И. Карасик в монографии «Язык социального статуса» (1991) рассматривает комплимент в связи с категорией вежливости. Близка к такому подходу и Е. В. Зверева (1995), сосредоточившая внимание на речевом этикете. В. В. Леонтьев (1991) разграничил понятия «похвала», «лесть» и «комплимент» в английской лингвокультуре. Исследованием комплимента в английском языке (английском и американском вариантах) занялись и И. С. Морозова (2000) и А. В. Бобенко (2001).

В настоящее время интерес к комплименту среди авторов монографий и диссертаций упал, о чём свидетельствуют исследования Е. С. Востриковой (2009), Е. А. Семеновой (2010), Нгуен Тху Хыонг (2014) и др. В последние годы написано много статей о комплиментах, но большинство из них исследуют функционирование комплимента в разных языках. И если в конце XX-начале XXI вв. интерес вызывало сравнение русского и английского комплимента, то сегодня наряду с английским и немецким изучению подвергаются китайский, чеченский, цахурский, калмыцкий и другие языки.

Исследование словарных статей словарей современного русского языка позволило выделить следующие определения лексемы «комплимент»:

1. Любезность, лестные слова, содержащие похвалу [32, 551].
2. Лестное замечание в адрес кого-либо, похвала [27, 80; 30, 239].
3. Любезные, приятные слова, лестный отзыв [29, 288].
4. Лестное суждение о ком-л., любезный отзыв [26, 446; 31, 86].

Работа со словарями показала, что комплимент часто определяется через лексему «лестный». Многие исследователи разграничивают понятия «комплимент» и «лесть», указывая на различие целей употребления. Для лести целью является получение личной выгоды говорящим, тогда как цель комплимента – доставить удовольствие собеседнику. Исследователи также разграничивают понятия «комплимент» и «похвала», указывая на то, что для похвалы цель – сама положительная оценка [8, 28; 25, 178]. Чётких границ между лестью, комплиментом и похвалой, поэтому мы не будем разграничивать эти понятия.

Рабочим определением будем считать следующее: комплимент – речевая эмоционально настраивающая тактика, приятные слова, сказанные в адрес кого- или чего-либо с целью расположения к себе собеседника.

Комплимент как речевой жанр выполняет две основные функции – контактоустанавливающую и прагматическую:

- Контакттоустанавливающая (фатическая) – предназначенность языка и его знаков для установления и поддержания речевого контакта в общении на официальном или неофициальном уровнях [35, 189; 36, 9]. По определению О. С. Ахмановой, эта функция отличается от коммуникативной тем, что говорящий не стремится передать информацию, а хочет придать общению естественность, подготовить слушателя к восприятию информации или обратить на себя внимание [43, 508]. Контакттоустанавливающая функция комплимента реализуется такими речевыми высказываниями,

которые имеют своей целью расположить к себе собеседника, сообщить о добрых чувствах [35, 189; 36, 9].

- Прагматическая функция осуществляется в непосредственном воздействии адресанта на адресата. В результате осуществления данной функции изменяется эмоциональное состояние адресата, его взгляды и оценки [35, 189; 36, 9].

Таким образом, комплимент предназначен для установления и поддержания контакта, цель которого – расположить к себе собеседника, и для воздействия на адресата.

Существует несколько классификаций комплиментов по различным параметрам.

Основным критерием классификации И. С. Морозовой является тематика высказывания:

1. Комплимент внешности.
2. Комплимент предмету одежды.
3. Комплимент внутренним качествам.
4. Комплимент уму, способностям и талантам.
5. Комплимент возрасту.
6. Комплимент действиям/результатам действий.
7. Комплимент принадлежащей адресату вещи/члену семьи адресата [34, 15].

Тематика стала основой и для классификации Р. В. Серебряковой. В целом эти классификации похожи, но, в отличие от И. С. Морозовой, Р. В. Серебрякова выделяет одиннадцать тематических групп. Она подразделяет комплименты внешности на комплименты внешнему виду человека в целом и комплименты отдельным элементам внешности. Помимо комплиментов, характеризующих одежду, Р. В. Серебрякова выделяет комплименты, характеризующие украшения. Отдельной группой выделены комплименты имени [40, 5-6].

Немаловажным является выделение такой группы как общеоценочные комплименты. Отличительной чертой общеоценочных комплиментов является отсутствие в структуре комплимента конкретного положительного признака, качества собеседника, т.е. детальной характеристики [40, 6].

Свою классификацию комплиментов предложила О. С. Иссерс. Она рассмотрела комплимент в прагмалингвистическом аспекте и выделила следующие типы комплиментов:

По наличию иллокутивного вынуждения:

1. Инициативные.
2. Вынужденные.

В инициативных комплиментах адресант выделяет некоторые признаки у адресата, которые он считает возможным отметить как положительные. Положительная оценка какого-либо признака мотивируется не только установкой на поддержание добрых отношений, но и объективностью данных [25, 185].

Вынужденные комплименты могут быть ответом на вопрос, ответом на комплимент, ответом на «провокацию» (адресат специально дает себе заниженную оценку, побуждая адресанта убедить себя в обратном) [25, 186].

По способу выражения интенции О. С. Иссерс выделяет следующие типы комплиментов:

- Прямые – дается эксплицитная (выраженная) положительная оценка каких-либо качеств адресата.
- Косвенные – положительная оценка не выражена явно, адресат вынужден самостоятельно обнаруживать комплимент в скрытых семантических компонентах высказывания [25, 186].

Е. С. Вострикова в статье «Функционирование комплимента в конфликтном дискурсе» обращает внимание на неоднозначность понятия



«комплимент»), отмечает наличие в комплименте деструктивного начала и в связи с этим выделяет такие разновидности комплимента:

1. Комплимент-насмешка/ирония/сарказм. Является ликоущемляющим актом по отношению к адресату. Говорящий дает отрицательную оценку поведения партнера, тем самым причиняя вред его позитивному лицу.
2. Комплимент-упрек/осуждение. Описывает такую черту характера, которая в контексте является отрицательной характеристикой [7, 98].

Таким образом, критерии для классификации могут быть различны. Так, критерием для классификаций И. С. Морозовой и Р. В. Серебряковой становится тематика высказывания, данные классификации отражают наиболее частотные объекты для комплиментов (внешний вид, характер, ум и таланты и др.), Критериями классификаций комплимента как тактики речевого воздействия О. С. Иссерс становятся наличие иллокутивного вынуждения и способ выражения интенции. По такому принципу комплименты делятся на инициативные и вынужденные и прямые и косвенные. Немаловажным мы считаем наличие классификации комплимента в конфликтном дискурсе, т.к. она показывает возможность комплимента быть не только средством поддержания добрых отношений и выражением расположения человека, но и средством выражения негативного отношению к кому- или чему-либо. Тем не менее, данную классификацию нельзя назвать полноценной, т.к. неясен принцип отнесения комплимента к той или иной группе.

В современном мире комплимент меняет сферу употребления: помимо устного общения он получает развитие в сети Интернет. Исследователи интернет-коммуникации выявили её основные особенности: виртуальность, интерактивность, гипертекстуальность, ювенилизация, глобальность, креативность, мозаичность, анонимность, отсутствие невербальных элементов общения и др. (Н. А. Ахренова,

М. Ю. Сидорова, Е. Н. Галичкина, Л. Ю. Иванов, Е. Е. Ефремова, Е. И. Горошко).

Согласно исследованию Е. В. Мудровой, в современных комплиментах большую роль играет прагматическая функция, осуществление которой проходит в более резкой, эмоциональной и даже грубой форме. Цель современного комплимента – выделиться, произвести впечатление на собеседника. Е. В. Мудрова отмечает такую особенность: практически каждый комплимент содержит в себе, наряду с похвалой какой-либо элемент иронии или издёвки [35, 192].

В сети чаще встречается такой комплимент, как положительная оценка опубликованной информации.

Итак, в ходе исследования мы выяснили, комплимент – речевая эмоционально настраивающая тактика, приятные слова, сказанные в адрес кого- или чего-либо с целью расположения к себе собеседника.

Интерес к исследованию комплимента как речевого жанра появился в 80-е годы XX века, сначала среди зарубежных лингвистов, затем и среди отечественных. Сегодня изучение комплимента сосредоточилось в статьях о сравнении речевых тактик в разных языках (английский, немецкий, китайский и др.). Основные функции комплимента – контактоустанавливающая и прагматическая (функция воздействия). Существует несколько классификаций комплиментов: тематические (И. С. Морозова, Р. В. Серебрякова), в которых комплименты группируются по тематике высказывания (комплимент внешности, внутренним качествам, результату деятельности и т.д.), в прагмалингвистическом аспекте О. С. Иссерс выделила комплименты по наличию иллокутивного вынуждения (инициативные, вынужденные) и по способу выражения интенции (прямые, косвенные). Неоднозначность комплимента отражена в классификации Е. С. Востриковой, отмечающей наличие деструктивного начала в комплименте. В современном мире комплимент активно функционирует в интернет-коммуникации и обладает

специфическими особенностями, т.к. его целью является желание выделиться, произвести впечатление на собеседника.

#### **1.4. Гендерные особенности речевого поведения**

Гендерные исследования ведутся в сферах разных научных дисциплин, в том числе в лингвистике: изучению особенностей женского и мужского речевого поведения посвящается всё больше исследований. Термин «гендер» признается большинством исследователей, однако существуют разные взгляды на определение данного понятия. Традиционно понятие «пол» или «биологический пол» – анатомо-физиологические особенности людей, по которым можно отличить самцов от самок, а человеческие существа определяются как мужчины или женщины [5, 11]. Понятие «гендер» трактуется как социокультурный конструкт пола, представляющий собой заданные характеристики так называемого «мужского» и «женского» поведения, образа жизни и т.д. [5, 11; 9, 256].

Гендер определяет восприятие людьми окружающего мира, видение своего места и роли в нём. Во многом эти представления формируются за счет гендерных стереотипов. Так, например, в массовом сознании к представлению о мужчинах относятся доминантность, уверенность в себе, агрессивность, грубость, независимость, смелость, активность и логичность мышления, а о женщинах – зависимость, кротость, эмпатичность, мечтательность, боязливость, тревожность и эмоциональность [Ильин]. Данные представления отражаются на поведении представителей разных гендеров. Они же влияют на речевое поведение мужчин и женщин.

Употребление тех или иных речевых жанров обуславливается гендерной принадлежностью адресанта и адресата. Мужчины и женщины по целому ряду речевых параметров отличаются друг от друга, что связано с их биологическими (психофизиологическими) и социальными

различиями, к которым относятся различия, связанные с разными социальными и коммуникативными ролями мужчин и женщин при речевом взаимодействии. Говоря о различиях мужского и женского типов речи, необходимо отметить, что различными будут не только социальные и коммуникативные роли мужчин и женщин, но и их отношение к стереотипам общения, их поведение в достаточно стандартных коммуникативных ситуациях, в том числе, и речевое (вербальное/невербальное). Так, например, на речевое поведение женщин стереотипы, проникшие в общественное сознание, влияют в большей степени, чем на речевое поведение мужчин [44, 50].

Наиболее интересно в этом плане исследование В. П. Белянина, представленное в учебнике «Психолингвистика». Приведём основные положения, отмеченные в данном пособии.

Говоря об особенностях мужского и женского речевого поведения, В. П. Белянин обращает внимание на проявление данных особенностей на двух уровнях: речевого поведения и речи. Так, речевое поведение мужчин отличается тем, что они чаще перебивают, стремятся управлять ходом диалога, более категоричны в суждениях и т.д. В отличие от распространённого мнения, мужчины говорят больше, чем женщины, но предложения, как правило, короче женских.

Мужчины в речи чаще употребляют абстрактные существительные и относительные прилагательные, а женщины – конкретные (в том числе имена собственные) существительные и качественные прилагательные. Употребление существительных и прилагательных свойственно мужчинам в большей степени, чем женщинам, чья речь является по большей части глагольной. Мужчины чаще используют глаголы совершенного вида в действительном залоге [3, 106-107].

Женская речь более эмоциональна, чем мужская, о чем говорит большая употребительность эмоционально-оценочной лексики в речи женщин. Мужская оценочная лексика чаще стилистически нейтральна.

Женщины склонны к выражению положительной оценки, тогда как мужчины чаще выражают отрицательную оценку. Мужчинам свойственно в выражении оценки использовать стилистически сниженную, бранную, нелитературную и ненормативную лексику, сленговые слова и выражения. Женской речи свойственны слова с нейтральной стилистической окраской. В. П. Белянин отмечает, что женской речи свойственна гиперболизированная экспрессивность и частое употребление междометий [3, 107].

И. А. Якоба отмечает, что использование оценочных конструкций в одинаковой степени присуще мужчинам и женщинам: разница заключается в степени экспрессивности. Так, женщины даже в спокойном состоянии употребляют более экспрессивные формы, соотнесенные с жизненным опытом. Мужчины склонны к более объективной оценке, соотнесенной с окружающей действительностью. В мужской речи встречается положительная оценка, выраженная с помощью отрицательно-оценочной, бранной лексики [47, 369-370].

Т. В. Гомон в своём исследовании выделяет особенности мужской и женской письменной речи.

Для мужской письменной речи характерно:

- использование армейского и тюремного жаргона;
- частое употребление вводных слов со значением констатации: очевидно, несомненно, конечно;
- употребление большого количества абстрактных существительных;
- употребление при передаче эмоционального состояния, оценки предмета или явления слов с наименьшей эмоциональной индексацией; однообразие лексических приемов при передаче эмоций;
- сочетания официально и эмоционально маркированной лексики при обращении к родным и близким людям;

- использование газетно-публицистических клише;
- употребление нецензурных слов как вводных (Любовь, бл...дь, нашел) и однообразие используемых нецензурных слов, а также преобладание нецензурных инвектив и конструкций, обозначающих действия и процессы, а также преобладание глаголов активного залога и переходных;
- несоответствие знаков препинания эмоциональному накалу речи.

Для женской письменной речи характерно:

- наличие множества вводных слов, определений, обстоятельств, местоименных подлежащих и дополнений, а также модальных конструкций, выражающих различную степень неуверенности, предположительности, неопределенности (может быть, по-видимому, по-моему);
- склонность к употреблению «престижных», стилистически повышенных форм, клише, книжной лексики (испытывал чувство гадливости и брезгливости; резкий разговор; силуэты подростков);
- использование коннотативно нейтральных слов и выражений, эвфемизмов (нецензурно выражался вместо матерился; в нетрезвом виде вместо пьяный);
- употребление оценочных высказываний (слов и словосочетаний) с дейктическими лексемами вместо называния лица по имени (эта сволочь; эти подонки);
- большая образность речи при описании чувств, многообразие инвектив и их акцентуация при помощи усилительных частиц, наречий и прилагательных (и какая же ты б...; пое...ли как положено; горячая е...ля). Эти особенности употребления обценной лексики говорят о том, что каждой из них придается буквальный смысл, отсутствует стертость значения, свойственная мужской речи. Инвективы, как правило, задевают

биофизиологические характеристики женщины: внешность, возраст, сексуальность;

- в инвективах высокую частотность обнаруживают зоонимы (пестеря глухая, баран малахольный); преобладают ругательства-существительные и глаголы в пассивном залоге (его напоят самогоном; забирают ее с работы каждый день на тачке);
- высокочастотным является также использование конструкций «наречие + наречие» (слишком безжалостно; очень хорошо), простых и сложносочиненных предложений, синтаксических оборотов с двойным отрицанием; частое использование знаков пунктуации, высокая эмоциональная окраска речи в целом [10, 96].

В современном мире активно развивается интернет-коммуникация. Исследователи отмечают влияние гендера на коммуникацию в интернет-пространстве.

В статье «Особенности интернет-коммуникации (социологический, лингвистический, гендерный аспекты)» И. А. Якоба выделяет следующие гендерные особенности речевого поведения в интернет-коммуникации:

- женское речевое поведение более эмоционально как при обычном общении, так и при общении в Интернете;
- женщины «не страдают» повышенной речевой активностью в Сети, их сообщения и реплики значительно короче мужских;
- сообщения женщин часто направлены на смягчение сложившегося в группе напряжения, на сохранение эмоционального комфорта и стабильности, а предлагаемые мнения высказываются в осторожной и гипотетичной манере;
- женщины проявляют более позитивное отношение к коммуникации в Интернете, они более терпимы к назойливым и необязательным контактам, возникающим в Интернете;

- женщины, в принципе, стремятся ориентироваться на норму, на стандартное использование языковых средств;
- мужчины широко используют факты и логически выстроенные аргументы, ориентируются на суть и непосредственное содержание разговора;
- мужчины с помощью речевых средств стараются поддержать свой статус, чаще описывают действия или призывают к ним, а также обсуждают и/или сообщают факты;
- мужчины предпочитают более решительные и безапелляционные суждения и высказывания, а некоторые ученые говорят о повышении вербальной агрессивности мужчин именно в электронном общении [47, 370].

И. А. Якоба отмечает, что гендер в интернет-коммуникации приобретает специфичность: некоторые гендерные особенности коммуникации проявляются ярче, изменяются или вовсе нейтрализуются, могут возникать новые формы, не фиксируемые в обычном общении. Наиболее контрастно гендерные различия проявляются, когда адресат и адресант имеют противоположные гендерные позиции. Тем не менее, эти особенности носят вероятностный характер и могут видоизменяться или исчезать в разных условиях, из чего можно сделать вывод, что гендер – это нестабильный параметр [46, 308; 47, 370]. Интернет как социальное пространство в силу своей собственной социальной конструируемости усиливает нестабильность гендера. И. А. Якоба считает, что гендер становится разыгрываемым и воссоздаваемым, и это способствует распространению мультигендерной позиции, когда человек может репрезентировать себя в интернет-коммуникации попеременно как носитель любого гендерного [46, 308].

Таким образом, гендер и гендерные стереотипы сильно влияют на речевое поведение человека, на его видение мира и представление о себе. Гендерным стереотипам больше подвержены женщины. Мужское речевое



поведение более агрессивное, им свойственно употребление бранной лексики и сленга, но они менее эмоциональны, чем женщины, которые чаще выражают положительную оценку. Мужчины чаще используют существительные и прилагательные, женщины – глаголы. В интернет-коммуникации гендерные особенности могут проявляться иначе, чем в традиционной: интернет усиливает нестабильность гендера и способствует развитию мультигендерной позиции.

**Выводы по 1 части.** Инвектива и комплимент обладают способностью воздействовать на слушателя, т.е. осуществляют речевые стратегии говорящего. Классификации речевого воздействия, стратегий и тактик часто схожи с классификациями речевых актов и жанров. Разница между этими понятиями связана с тем, что объект изучения в теории речевых актов и речевых жанров – высказывание вне диалога, для стратегий и тактик важна эффективность общения, его социальные и психологические особенности.

Инвектива – жанр преимущественно разговорной речи. Объектом научного интереса инвектива стала в конце XX века. Инвектива – речевая тактика дискредитации, агрессивный выпад в устной или письменной форме против кого- или чего-либо, направленный на оскорбление и унижение адресата. Оскорбление – это основная, но не единственная функция инвективной лексики: функции установления контакта между людьми, дружеского подтрунивания или подбадривания, наоборот, служат для установки более близких и дружественных отношений. Инвектива не всегда имеет адресата и используется для получения психологического облегчения, в качестве междометий и заполнителей пауз. Классифицировать инвективы можно по разным критериям. В. И. Жельвис рассматривает происхождение инвективной лексики, авторы «Понятий чести...» – источники и частично семантику инвектив. Н. С. Заворотичева создала тематическую классификацию инвектив. Анализируя речевую

агрессию, Ю. В. Щербинина выделила формальные признаки и связь с речевой ситуацией, что легло в основу её классификации. Классификация О. В. Саржиной основана на рассмотрении причин обращения к инвективе и частично совпадает с делением речевой агрессии по целенаправленности Ю. В. Щербининой. Сегодня инвектива активно используется в интернет-общении: относительная анонимность и отсутствие непосредственного контакта снимает ограничения живого общения, позволяя выражать то, что бы коммуникант скрыл или сгладил в жизни. Употребление инвектив в интернет-среде обладает собственной спецификой: эмодзи и особые формы коммуникации «троллинг» и «флейминг».

Комплимент – речевая эмоционально настраивающая тактика, любые приятные слова, сказанные в адрес кого- или чего-либо с целью расположения к себе собеседника. Интерес к исследованию комплимента как речевого жанра появился в 80-е годы XX века. Сегодня изучение комплимента сосредоточилось в статьях о сравнении речевых тактик в разных языках. Основные функции комплимента – контактоустанавливающая и прагматическая (функция воздействия). Существует несколько классификаций комплиментов: тематические (И. С. Морозова, Р. В. Серебрякова), в которых комплименты группируются по тематике высказывания (комплимент внешности, внутренним качествам, результату деятельности и т.д.), в прагматическом аспекте О. С. Иссерс выделила комплименты по наличию иллокутивного вынуждения (инициативные, вынужденные) и по способу выражения интенции (прямые, косвенные). Неоднозначность комплимента отражена в классификации Е. С. Востриковой, отмечающей наличие деструктивного начала в комплименте. В современном мире комплимент активно функционирует в интернет-коммуникации и обладает специфическими особенностями, т.к. его целью является желание выделиться, произвести впечатление на собеседника.

Речевое поведение зависит от гендерной принадлежности коммуникантов: мужское речевое поведение более агрессивное, им свойственно употребление бранной лексики и сленга, но они менее эмоциональны, чем женщины, которые чаще выражают положительную оценку. В интернет-коммуникации гендерные особенности могут проявляться иначе, чем в традиционной: интернет усиливает нестабильность гендера и способствует развитию мультигендерной позиции.

## Часть 2. Анализ гендерного функционирования инвективы и комплимента в интернет-коммуникации

Эмпирическим материалом нашего исследования стали комплиментарные и инвективные высказывания, содержащиеся в комментариях к записям различных групп социальной сети «ВКонтакте».

В ходе исследования было проанализировано комментарии к записям трёх групп: «Women's Secrets», «Футбол Европы» и «КиноПоиск». Выбор данных сообществ обусловлен половой принадлежностью большинства участников: 96% женщин в группе «Women's Secrets», 90% мужчин в группе «Футбол Европы», 45% женщин и 55% мужчин в группе «КиноПоиск». Всего было проанализировано 1574 комментария.

Процентное соотношение числа комментариев-инвектив и комментариев-комплиментов представлено на рис. 1.

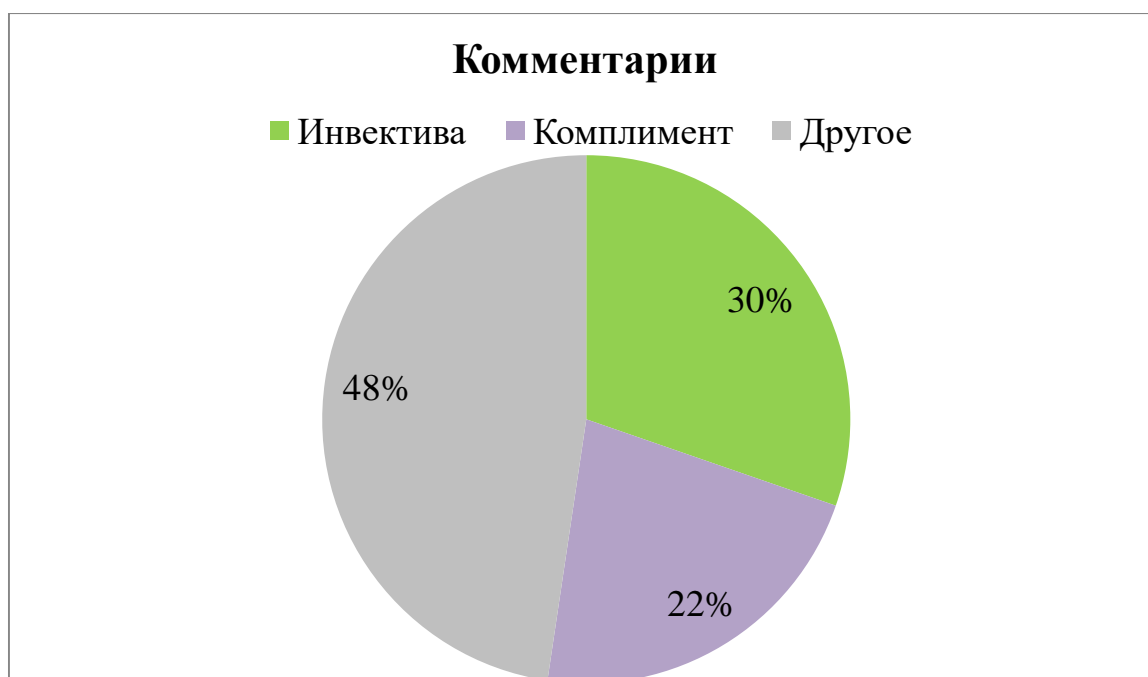


Рисунок 1. Соотношение комментариев-инвектив и комментариев-комплиментов

### 2.1. Инвектива в интернет-коммуникации: гендерный аспект

Из проанализированных 1574 комментариев всего 477 комментариев содержали инвективы, что составляет 30% от общего числа комментариев.

Это объясняется тем, что остальные комментарии носят комплиментарный, шуточный, нейтральный (комментарий без эмоциональной оценки) или рекламный характер. 63% (299 комментариев) из этих комментариев, содержащих инвективы, оставлены мужчинами, 37% (178 комментариев) – женщинами.

Данные об общем числе комментариев и комментариях, содержащих инвективы, представлены в таблице 1.

**Таблица 1**

**Количественный анализ инвективных комментариев**

	Мужчины		Женщины	
	Всего	Инвективы	Всего	Инвективы
Women’s Secrets	8	2	515	162
Футбол Европы	499	181	31	5
КиноПоиск	422	116	99	11
Всего	929	299	644	178

Полученные результаты показывают, что мужчины оставляют больше комментариев, чем женщины, и являются авторами большей части комментариев, содержащих инвективы. При этом процент инвективных комментариев практически одинаков: 32% мужских комментариев и 27% женских содержат инвективы. В группе «Women’s Secrets» представлено наибольшее количество инвективных комментариев, авторами которых являются женщины, в группах «КиноПоиск» их значительно меньше, а в группе «Футбол Европы» они практически отсутствуют. Больше всего инвективных комментариев, авторами которых являются мужчины, представлено в группе «Футбол Европы», немного меньше инвектив в группе «КиноПоиск», а в группе «Women’s Secrets» их практически нет.

Результаты анализа комментариев по тематической классификации Н. С. Заворотичевой представлены в таблице 2.

Таблица 2

## Анализ тематики инвективных комментариев

Название Тема группы инвективы	Мужчины				Женщины			
	Women's Secrets	Футбол Европы	Кино Поиск	Итого	Women's Secrets	Футбол Европы	Кино Поиск	Итого
Инвективы общего характера	1	78	67	<b>146</b>	64	–	7	<b>71</b>
Инвективы, обозначающие недостатки умственного развития	–	16	9	<b>25</b>	3	–	1	<b>4</b>
Инвективы, обозначающие недостатки внешности человека	1	4	10	<b>15</b>	44	–	–	<b>44</b>
Инвективы, обозначающие недостатки характера и поведения	–	88	38	<b>126</b>	50	5	5	<b>60</b>
Инвективы, обозначающие отклонения в здоровье	–	2	5	<b>7</b>	2	–	–	<b>2</b>

Некоторые комментарии можно отнести к нескольким тематическим группам. Например, комментарий «Что за слово "сиквел"? Чё за придурки придумывает такие слова не русские? Уже зас\*\*ли русский язык всяким де\*\*мом!» (Здесь и далее тексты комментариев приведены с сохранением орфографии и пунктуации авторов) можно отнести к инвективам общего характера, инвективам, обозначающим недостатки умственного развития и недостатки характера и поведения.

Анализируя полученные результаты, можно прийти к следующим выводам.

Большая часть инвективных комментариев относится к инвективам общего характера. Это характерно и для мужчин, и для женщин. 146

комментариев мужчин, например: «Че за бред?», «Интер вообще никчемный», «Краснодар вообще дно», 71 комментарий женщин: «А тут нет ярлычка Дизлайк??!», «Да бред такой...», «МакГрегор, тебя то как туда занесло, бедолага».

На втором месте по значимости и у мужчин, и у женщин оценка характера и поведения: 126 мужских комментариев («В своей штрафной нельзя так играть», «Это не РПЛ тут только группу полегче смогли купить, жаль на судей не хватило», «Максим, а ты из тех, кто судит о фильме по оценкам на кинопоиске»), 60 – женских («Ведет себя как быдло. Отвратительна», «Кривляка и ломака, особенно в последних сезонах», «По-ка-зу-ха»).

Женщины большее внимание, чем мужчины, уделяют внешнему виду, следовательно, и инвективы часто направлены на оценку недостатков внешности, о чём свидетельствуют 44 инвективы, авторы которых – женщины: «Раньше симпатичнее была», «с фотошопом каждая из нас мисс вселенная», «Силиконовые губищи, силиконовая грудь, приклеенные ресницы, резиновая Зина.». Мужчины характеризуют внешность только в 15 комментариях и часто эти комментарии только частично относятся к внешности: «пшла вон ускоглазина тупая», «джокер хоакина ерунда на бомжа похож», «А че она такая страшная стала?».

Мужчины часто обращают внимание на глупость других комментаторов или каких-либо утверждений: 25 комментариев относится к группе инвектив, обозначающих недостатки умственного развития: «Анвар, цена за билет 300 евро? Ты совсем дурачок?», «Дмитрий, <...> Думаете на 10 лет.», «Как Кличко сказанул». Только 4 женских комментария оценивают умственные способности других комментаторов, но для женщин свойственна большая деликатность: «Надеюсь, что Вы просто молоды и от этого так злы и глупы.», «Вера, тётеньки недалёкого ума так и рассуждают»).

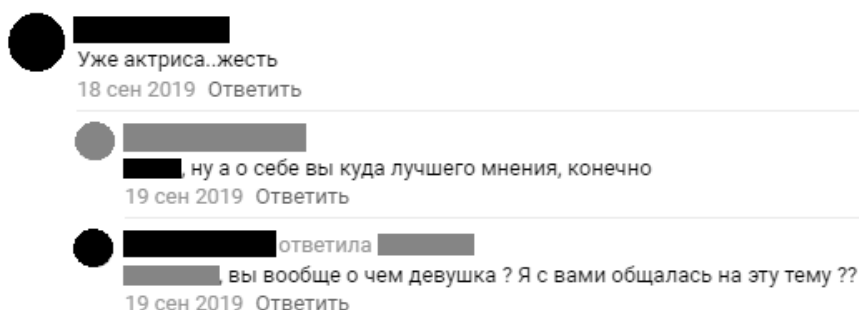
Всего 9 комментариев содержат в себе инвективы, обозначающие отклонения в здоровье: 7 из них оставлены мужчинами: «Артём, фанатики, они такие. Да и пусть думают как хотят, но постоянное упоминание Леджера без повода, это уже шиза.», «Денис, интересно, а это болезнь какая-то, постоянно говорить, что лучший Джокер это Хит?», 2 – женщинами: «Она пела до 2000 года, там была её душа, а потом уже всё у неё истрепалось, особенно голова, где мозг, пошёл в обратку». «что за идиотские вопросы все время....».

Проанализировав материал по классификации речевой агрессии Ю. В. Щербининой, мы получили следующие результаты:

По интенсивности, или степени выраженности, агрессии 13 мужских и 11 женских комментариев относятся к слабой («стертой») агрессии («тётеньки недалёкого ума так и рассуждают»), остальные – к сильной.

По отношению к объекту агрессии 96 мужских комментариев и 19 женских относятся к переходным инвективам (в таких случаях объектом агрессии является один из комментаторов), остальные – к непереходным.

По целенаправленности инвективные комментарии можно разделить следующим образом: 35 комментариев относятся к реактивному (защитному) типу, из них только один принадлежит женщине. Остальные комментарии относятся к инициативному (проактивному по О. В. Саржиной) типу.

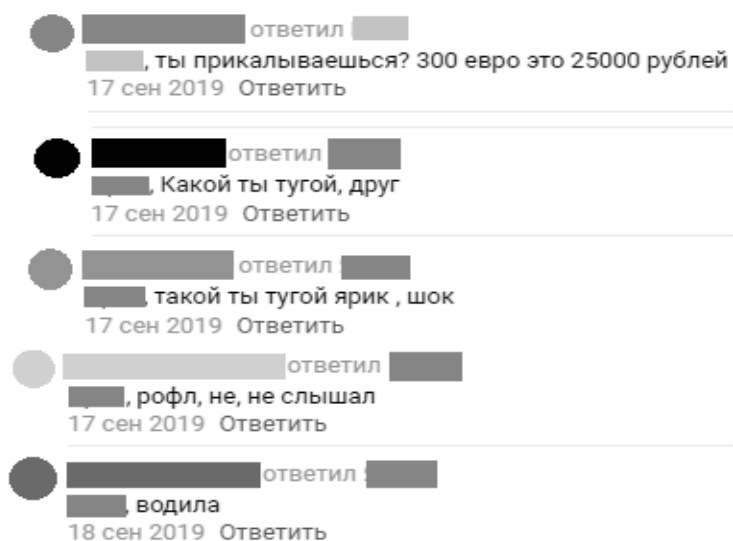


В данном примере первый комментарий является инициативным, непереходным (объект агрессии есть, но не является участником речевой ситуации), второй – инициативный, переходный, третий – реактивный, переходный.



По характеру и способу выраженности все инвективы относятся к явной речевой агрессии, поскольку не имеют признаков скрытой агрессии: манипуляции и использования четко продуманных и заранее подготовленных коммуникативных тактик. В комментариях в социальных сетях пользователи высказывают свое мнение по тому или иному вопросу, а при возникновении конфликтов не прибегают к манипуляциям.

По числу участников можно проанализировать только часть комментариев: всего 198 комментариев имеют адресата среди комментаторов. Среди данных инвектив нельзя выделить примеры массовой речевой агрессии, т.к. в спорах нельзя выделить лидеров: комментаторы либо однократно поддерживают агрессора, либо несколько комментаторов проявляют агрессию по отношению к одному человеку, но среди них нет лидера. Таким образом, все случаи относятся к социально замкнутому типу.



Рассмотрим лексико-стилистические особенности инвектив, используя классификацию авторов «Понятий чести...». Она предполагает лексико-стилистический анализ инвектив. По этому принципу анализировать можно только часть комментариев, в которых содержатся слова подходящих категорий. Под такой анализ подходит только 152 комментария (121 мужской и 31 женский).

Результаты лексико-стилистического анализа представлены в таблице 3.

Таблица 3

## Лексико-стилистический анализ инвективных комментариев

		Мужчины	Женщины
Жаргон и диалекты		2	3
Мат		30	3
Ненормативная, грубопросторечная лексика		44	4
Литературные слова	Слова, обозначающие социально осуждаемую, антиобщественную деятельность	31	4
	Слова с ярко выраженной негативной окраской, выражающей основной смысл их употребления	–	–
	Названия профессий в переносном значении	–	–
	Зоосемантические метафоры	2	4
	Глаголы с «осуждающей» семантикой или с прямой негативной оценкой	43	6
	Слова, содержащие в значении экспрессивно-негативную оценку кого-либо	7	10
	Эвфемизмы для слов 1-го разряда, сохраняющие их резко негативный характер	–	–
	Специально создаваемые (окказиональные) каламбурные образования, направленные на оскорбление или унижение адресата	22	3
Итого		181	37

Таким образом, употребление бранной лексики свойственно мужчинам больше, чем женщинам. Большая часть инвектив относится к литературным словам. Из них большая часть комментариев содержат глаголы с «осуждающей» семантикой: «пиарят», «только группу полегче смогли купить», «только и научились, что кудахтать» и т.д. Слова типа «алкоголичка», «бандит», «жулик» и мн. др. относятся к категории литературных слов, обозначающих социально осуждаемую деятельность и

по частотности употребления являются не менее популярными, чем глаголы с «осуждающей» семантикой.

Среди женских инвективных комментариев выделяются комментарии с употреблением слов с экспрессивно-негативной окраской: «По-ка-зу-ха», «хабалистая бабенка», «резиновая женщина» и т.д.

Особого внимания заслуживают специально создаваемые (оказиональные) каламбурные образования, направленные на оскорбление или унижение адресата. Их нельзя отнести к полностью литературным словам, поскольку нередко игра слов создается на основе мата или грубопросторечной лексики. В таких комментариях содержится элемент творчества автора: «барсилололона» (от названия футбольной команды «Барселона»), «обкекался» («кек» – смех на интернет-сленге), «Лузерх\*й» (от названия футбольной команды «Ливерпуль», «лузер» – (от англ. loser) неудачник) и т.д.

Нередко в мужских комментариях встречается мат и ненормативная лексика. Посредством употребления обценной лексики достигается большая эмоциональность, но употребление бранной лексики с такой целью свойственно мужчинам в большей степени, чем женщинам, которые повышают эмоциональность своих высказываний другими способами: словами с более нейтральной стилистической окраской, восклицательными и вопросительными знаками и эмодзи.

Таким образом, употребление бранных слов в комментариях-инвективах является частым, но необязательным явлением. Только 32% комментариев содержат бранную лексику, при этом мужчины выражают отношение через ненормативную лексику значительно чаще: в 40% мужских комментариев и только в 18% женских встречаются слова данных категорий.

Специфической особенностью комментариев является использование смайликов (эмодзи) и стикеров, которые либо усиливают эффект инвективы, выразить эмоции автора, либо смягчить этот эффект, сводя

инвективу к шутке. Использование эмодиконов свойственно женщинам в большей степени, чем мужчинам: 67 комментариев, содержащих смайлики, оставлены женщинами, 5 состоят только из них; 33 комментария со смайликами оставлены мужчинами, 1 выражен только эмодиконом. Эмоциональность комментаторов выражается в использовании большого количества восклицательных и вопросительных знаков: 23 мужских комментария содержат один и более восклицательного знака, 5 – несколько вопросительных, 25 комментариев с восклицательными знаками и 7 – с несколькими вопросительными были оставлены женщинами.

Таким образом, инвектива является неотъемлемой частью интернет-коммуникации. Употребление инвектив свойственно в равной степени мужчинам и женщинам, но гендерная принадлежность влияет на тематику и средства выражения агрессии: для женщин свойственно внимание к недостаткам внешности, а мужчинам – к недостаткам умственного развития. Тем не менее, общая оценка, недостатки характера и поведения и отклонения в здоровье одинаково значимы для обоих гендеров. Анализ целенаправленности и отношения к объекту речевой агрессии показал, что мужчины чаще оскорбляют других комментаторов и, следовательно, чаще реагируют на оскорбления. Большая часть инвективных комментариев относится к явным, поскольку для интернет-коммуникации в комментариях не свойственна манипуляция, нет и примеров массовой агрессии, т.к. среди комментаторов нельзя выделить лидера. Отличия в средствах выражения касаются эмодиконов, употребление которых больше свойственно женщинам, и обсценной лексики, к которой чаще прибегают мужчины. И то, и другое служит для выражения эмоций комментаторов. Инвективная лексика чаще всего представлена литературными словами: в речи мужчин особенно выделяются глаголы с «осуждающей» семантикой и слова, обозначающие социально осуждаемую деятельность, в речи женщин – слова с экспрессивно-негативной оценкой кого-либо. Среди

бранной лексики выделяются специально создаваемые («оказиональные») слова: их нельзя отнести к литературной лексике, поскольку игра слов нередко строится на использовании нецензурной лексики, а их яркой особенностью является наличие элемента творчества комментаторов. Создание таких слов в большей степени свойственно мужчинам.

## 2.2. Комплимент в интернет-коммуникации: гендерный аспект

347 комментариев из проанализированных 1574 содержали комплименты, что составляет 22% от общего числа комментариев. Это объясняется тем, что остальные комментарии носят негативный, шуточный, нейтральный (комментарий без эмоциональной оценки) или рекламный характер. 48% (167 комментариев) из этих комментариев – это комментарии-комплименты, оставленные мужчинами, 52% (181 комментарий) – женские комментарии.

Данные об общем числе комментариев и комментариях, содержащих комплименты, представлены в следующей таблице 4.

**Таблица 4**

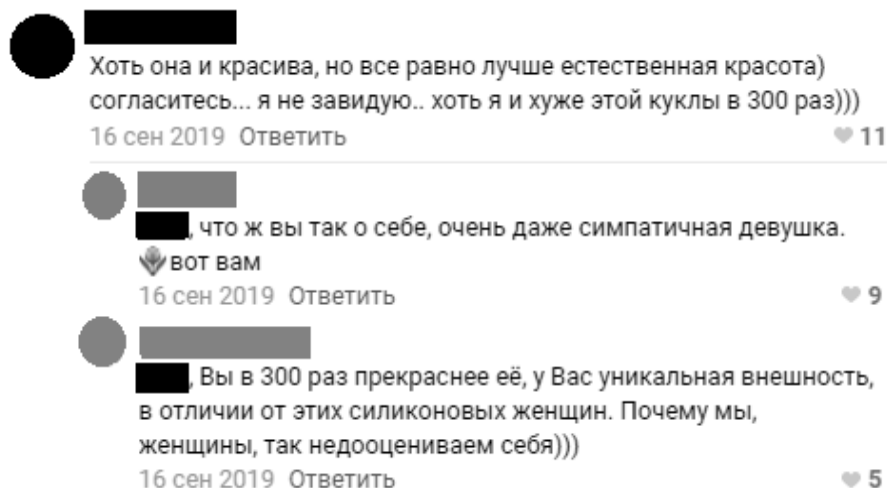
### Количественный анализ комплиментарных комментариев

	Мужчины		Женщины	
	Всего	Комплименты	Всего	Комплименты
Women's Secrets	8	2	515	148
Футбол Европы	499	57	31	4
КиноПоиск	422	106	99	29
Всего	929	167	645	181

Эти результаты показывают, что мужчины оставляют больше комментариев, чем женщины, однако авторами большей части комплиментов являются женщины. В группе «Women's Secrets» представлено наибольшее количество комплиментов, авторами которых являются женщины, комплиментов от женщин в группах «КиноПоиск» значительно меньше, а в группе «Футбол Европы» практически отсутствуют. Больше всего комплиментов, авторами которых являются

мужчины, представлено в группе «КиноПоиск», в группах «Футбол Европы» комплиментов от мужчин в два раза меньше, а в группе «Women's Secrets» практически нет комплиментов от мужчин.

По классификации О. С. Иссерс два комплимента относятся к вынужденному типу:



Остальные комплименты относятся к инициативному типу, что объясняется предметом комплиментов: все они касаются темы конкретной записи и не относятся к другим пользователям.

По способу выражения интенции все комплименты относятся к прямым комплиентам.

Результаты анализа комментариев по тематическим классификациям И. С. Морозовой и Р. В. Серебряковой представлены в таблице 5.

**Таблица 5**

**Тематический анализ комплиментов**

Название Тема группы комплимента	Мужчины				Женщины			
	Women's Secrets	Футбол Европы	Кино Поиск	<b>Итого</b>	Women's Secrets	Футбол Европы	Кино Поиск	<b>Итого</b>
Комплимент внешности в целом	–	–	5	<b>5</b>	24	–	6	<b>30</b>
Комплимент отдельному элементу внешности	–	–	1	<b>1</b>	27	–	–	<b>27</b>
Комплимент предмету	–	–	–	–	4	–	–	<b>4</b>

одежды								
Комплимент, характеризующий украшения	–	–	–	–	–	–	–	–
Комплимент внутренним качествам	–	–	7	<b>7</b>	10	–	–	<b>10</b>
Комплимент уму, способностям и талантам	–	6	43	<b>49</b>	15	–	5	<b>20</b>
Комплимент возрасту	–	–	2	<b>2</b>	–	–	–	–
Комплимент действиям/результатам действий	–	18	15	<b>32</b>	15	1	6	<b>22</b>
Комплимент принадлежащей адресату вещи/члену семьи адресата	–	–	2	<b>2</b>	13	–	–	<b>13</b>
Комплимент имени	–	–	–	–	–	–	–	–
Общеоценочные комплименты	2	27	43	<b>72</b>	51	3	13	<b>67</b>

Некоторые комментарии можно отнести сразу к нескольким группам. Так, например, комментарий «Просто красавица и умница и актриса хорошая» (Здесь и далее тексты комментариев приведены с сохранением орфографии и пунктуации авторов) можно отнести к комплиментам внешности, внутренним качествам и талантам.

Анализируя полученные результаты, можно прийти к следующим выводам.

Большая часть комплиментов относится к общеоценочным. Это характерно и для мужчин и для женщин. 72 комментария мужчин, например: «Хорошее начало», «Просто лучший», «Лэмпард, Анелька, Баллак, Дрогба и Эсьен!!!! Вот это раньше футбол был и команды! Эхх..», 67 комментариев женщин, например: «Прелесть», «Какая же она класснющая!», «Я её обожаю».

Для женщин важен внешний облик (57 комплиментов внешности: «Красавица, всегда приятно её видеть!!», «Все огонь!!!!», «Фигура огонь»; 4 комплимента предмету одежды: «У неё офигенный купальник»).

На втором месте по значимости для женщин стоят действия и результаты действий (22 комплимента: «Она молодечик! 👍👍👍», «Юлия, жешь? А в чем дело?! Поет отлично. Сыграла в фильме для первого раза очень хорошо»), которые можно объединить с комплиментам уму, способностям и талантам (20 комплиментов: «Очень хороший актёр, запомнился по фильму Гонка», «Таких ярких, трудяг, талантов - штукно! Долгих лет, Примадонна!»).

Для женщин важна семья, что доказывают комментарии, содержащие комплименты принадлежащей адресату / члену семьи адресата вещи (13 комплиментов: «конечно нравится! офигенная семья, замечательные дети, они оба образованные, воспитанные, постоянно развиваются. Оксана вообще - женщина для подражания, и я сейчас ни в коем случае не о внешности, а о личности!»). Важно отметить, что только 1 комментарий характеризовал вещи («Костюм таракана это мощь»).

Характеристику внутренних качеств дают 10 комплиментов («она искренняя, настоящая, без искусственных движений и поведения, это и цепляет»).

Приоритеты мужчин в комментариях-комплиментах отличаются тем, что главным в мужской оценке являются ум, способности и таланты (49 комментариев: «Лучше Хита Леджера джокера не сыграет никто», «у депая очень хороший дриблинг, вот он и воспользовался им»), а также действия и результаты действий (32 комментария: «Зенит отлично сыграл», «Наоборот последние годы начала играть интереснее. Молодец.»).

На втором месте по значимости внутренние качества (7 комментариев: «Достаточно харизматичный актер», «По мне так Феникс выглядит глубже Леджера»).



Внешность характеризуют 6 комментариев: «Первый – идеальный Геральд».

2 комментария из категории комплиментов принадлежащей адресату / члену семьи адресата вещи: «Крутые постеры», «Красива [красивые постеры]».

2 комплимента возрасту можно отнести к другим типам комплиментов – к комплименту внутренним качествам («Александр, почему не будет, он так то в процессе написания сценария был и говорил, что даже пишет с дочерью своей. он молодой довольно таки режиссёр, хоть и очень глубокий») и к комплименту внешности в целом («Ольга, на мой взгляд, выглядит моложаво»).

Специфичной особенностью употребления комплиментов в интернет-пространстве является использование эмодзи и стикеров, которые могут дополнить и усилить эффект комплимента либо полностью заменить текст комплимента символом эмоции. Использование смайликов и стикеров больше характерно для женщин (64 комплимента содержат смайлики, 15 состоят только из них или стикеров), чем для мужчин (25 комплиментов со смайликами, 3 комплимента состоят только из них). Это показывает, что женщины эмоциональнее мужчин и стремятся подчеркнуть свои эмоции использованием смайликов. Иногда в роли смайликов выступают скобки, символизирующие радостную и грустную улыбку. Женщинами оставлено 23 комментария-комплимента, содержащих скобки, мужчинами – всего 7. Эмоциональность отражает и использование восклицательных знаков: 33 женских комментария-комплимента содержат восклицательные знаки, 9 из них – комплименты с двумя и более восклицательными знаками. Мужчины использовали восклицательные знаки только 18 раз, 6 из этих комплиментов содержат два и более восклицательных знака.

Самые частотные слова, употребляемые в комплиментах, представлены в таблице 6.

## Лексический анализ комплиментов

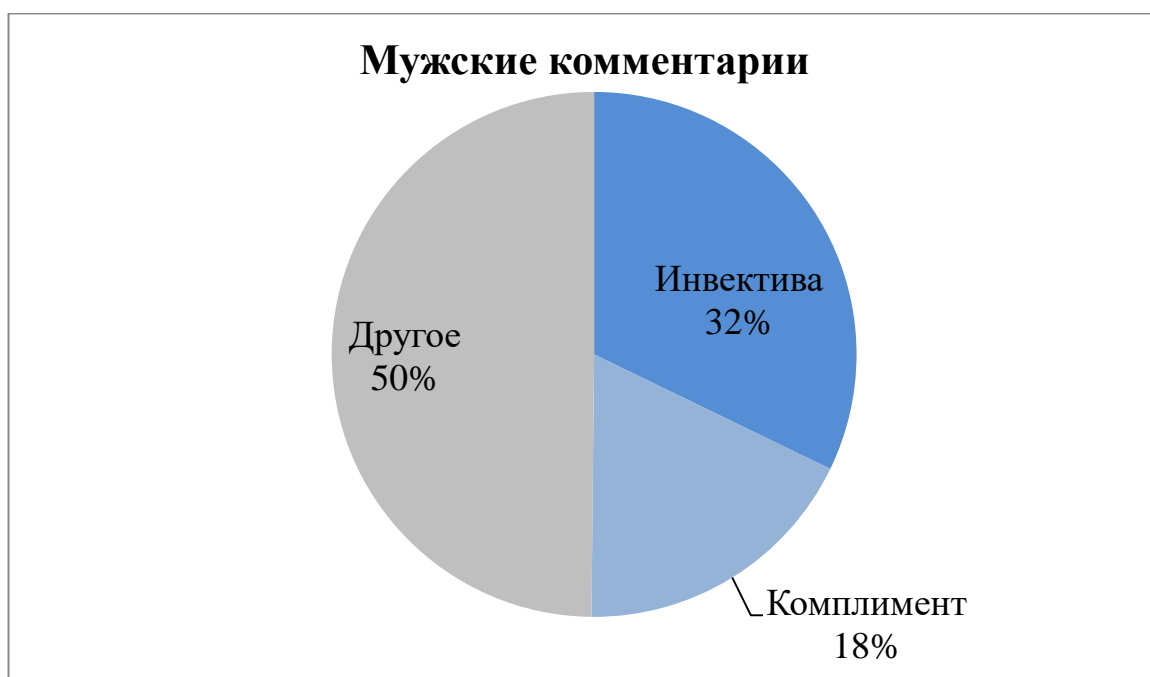
	Всего	Мужчины	Женщины
Нравиться	27	6	21
Класс, классный, -ая, -о	20	6	14
Красота, красивый, -ая, -о,	19	3	16
Отличный, -ая, -о	13	9	4
Молодец	11	6	5
Круто, крутой, -ая, -о	9	3	6
Харизматичный	7	7	–
Неплохой	7	7	–
Обожать	6	–	6
Талант, талантливый, -ая, -о	5	3	2
Шикарный, -ая, -о	5	2	3
Огонь	4	1	3
Прелесть	3	–	3

Таким образом, можно сделать вывод, что комплимент как речевая тактика играет важную роль в современном интернет-общении. Гендерная принадлежность влияет на речевое поведение, в том числе и на комплименты. Женщины делают комплименты чаще, чем мужчины. Несмотря на то, что большая часть комплиментов носит общеоценочный характер, мужчины и женщины обращают внимание на разные аспекты жизни: для женщин важен внешний облик объекта, мужчины чаще оценивают ум, таланты и способности. На это же указывает и выбор лексических единиц в комплиментах. Для женщин характерна повышенная эмоциональность, что обуславливает наличие в комплиментах женщин эмотиконов, стикеров, скобок и большого количества восклицательных знаков.

### 2.3. Сравнительный анализ инвектив и комплиментов

Количественный анализ показал, что комментариев, содержащих инвективы, больше, чем комментариев-комплиментов. Инвективные комментарии составляют 33% от общего числа мужских комментариев,

тогда как комплиментарные комментарии составляют всего 18% мужских комментариев. Среди женских комментариев нет таких различий: 28% комментариев женщин содержат инвективы, 28% – комплименты.



**Рисунок 2. Мужские комментарии**

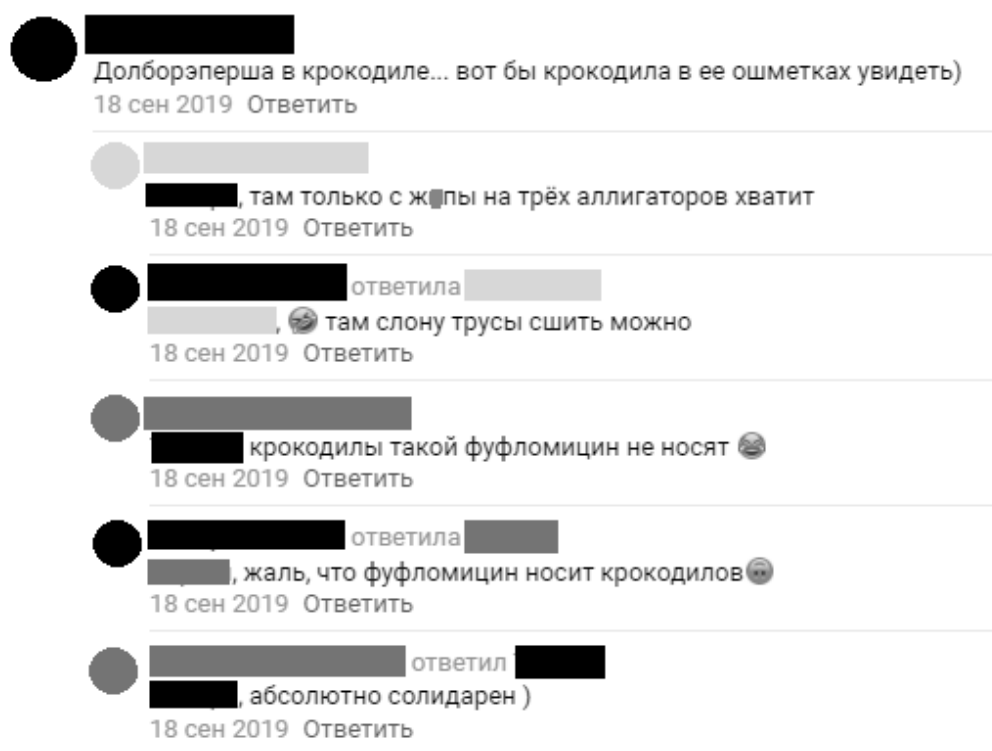


**Рисунок 3. Женские комментарии**

42 комментария относятся и к инвективным, и к комплиментарным. 34 таких комментария оставлены мужчинами, 8 – женщинами.

Инвектива и комплимент не являются однозначными речевыми тактиками: как было отмечено в первой части нашего исследования, инвектива может выражать не только отрицательное, но и положительное отношение к кому- или чему-либо, так же, как и комплимент обладает деструктивным началом, который выражается через сарказм и издевку.

Так, например, следующий диалог состоит из инвективных комментариев, но при этом с помощью инвектив создается дружеская атмосфера.



Среди комментариев, по форме относящихся к комплиентам, можно выделить 10 комментариев, которые относятся к комплиентам-иронии: «Оздоев молодец» (футболист плохо играл), «смешная шутка» (реакция на неудачную шутку), «Лучший игрок Эвребе» (Эвребе – судья). Примеры комментариев такого типа встречаются только у мужчин.

При анализе тематики инвективных и комплиментарных высказываний можно выделить общие параметры оценки, которые являются основными в обеих классификациях: общая оценка, характеристика внешности, характера адресата и его действий, умственных

способностей и талантов адресата. Результаты анализа тематики представлены в таблице 7.

**Таблица 7**

**Сравнительный анализ тематики инвектив и комплиментов**

	Инвектива		Комплимент	
	Мужчины	Женщины	Мужчины	Женщины
Внешность	15	44	6	61
Характер и действия	126	60	39	32
Умственные способности и таланты	32	6	49	20
Общая оценка	146	71	72	67

Большинство комментариев относятся к общеоценочным, но комплиментов значительно меньше, чем инвектив. Особенно это касается комментариев мужчин: инвектив вдвое больше, чем комплиментов. Среди общеоценочных женских комментариев таких различий нет.

Большое количество мужских и женских инвективных комментариев дают оценку характера и действий адресата: данный тип комментариев является самым частотным среди женщин и единственным случаем, когда количество женских инвектив превышает количество комплиментов. При этом разница между ними значительна: в данном аспекте негативная оценка превышает положительную почти в два раза. Количество мужских инвектив превышает количество комплиментов в три раза. Среди комплиментов данная тема встречается относительно редко: мужчины чаще обращают внимание на таланты и умственные способности, а женщины – на внешность.

Внешность является одной из самых популярных тем у женщин и среди инвектив, и среди комплиментов, но женщины значительно чаще обращают внимание на достоинства внешности, а не на недостатки. Для мужчин тема внешности, напротив, является самой непопулярной, но количество инвектив превышает количество комплиментов более чем в два раза.

Комментарии, характеризующие умственные способности и таланты обладают следующими особенностями: это самая популярная тема для мужских комплиментов – их количество незначительно превышает количество инвектив. Женщин данные характеристики интересуют менее всего, но положительная оценка встречается намного чаще, чем негативная.

Таким образом, количественный анализ и анализ тематики комментариев на практике подтверждает результаты теоретических гендерных исследований: в интернет-коммуникации так же, как и в традиционной, для мужчин характерна отрицательная оценка предметов и явлений, а для женщин – положительная. Это подтверждает нашу гипотезу о сохранении гендерных особенностей речевого общения в интернет-коммуникации.

Анализ формальной структуры комментариев позволил прийти к следующим выводам.

Мужчины пишут более длинные комментарии: средняя длина инвективных комментариев мужчин – 18 слов, женщин – 9 слов, мужских комплиментов – 22 слова, женских – 6 слов.

Вопреки теоретическим исследованиям, мужские предложения длиннее женских: средняя длина мужских предложений 10 слов для инвектив и 9 – для комплиментов, средняя длина женских предложений 6 и 5 слов соответственно.

Таким образом, для мужчин в интернет-общении свойственно написание более длинных комментариев с похвалой и чуть более короткими предложениями, чем с оскорблениями. Для женщин, наоборот, свойственны более длинные инвективы, длина предложений в которых чуть больше, чем в комплиментах.

Комментарии мужчин и женщин чаще состоят из простых предложений. В употреблении сложных предложений обнаруживаются гендерные особенности: в инвективных комментариях женщины

одинаково часто употребляют сложносочиненные (16 предложений) и сложноподчиненные (15 предложений) предложения, мужчины же предпочитают подчинительную связь сочинительной: 53 предложения относятся к сложносочиненным, 127 – к сложноподчиненным. Compliments в комментариях женщин отличаются большим количеством сложноподчиненных предложений (17 предложений), чем сложносочиненных (12 предложений). Соотношение сложных предложений в комментариях мужчин сохраняется: 34 сложносочиненных предложения и 64 сложноподчиненных.

Мужчины и женщины одинаково часто используют вводные слова и конструкции: 45 (1,3%) и 53 (2,3%) вводных слова в мужских инвективных и комплиментарных комментариях и 18 (2,5%) и 14 (1,1%) – в женских. Больше всего вводных слов относятся к разряду выражения разной степени уверенности: «конечно» (22 употребления), «может» (8 употребления), «надеюсь» (6 употреблений) и т.д. Встречаются вводные слова, которые отражают источники сообщения (по-моему, по мне, говорят), порядок мыслей и их связь (значит, к слову, кстати, во-первых) и т.д.

Согласно гендерно-лингвистическим исследованиям различия в мужской и женской коммуникации касаются и морфологии. Так, женская речь считается глагольной, а для мужчин больше свойственно употребление существительных и прилагательных.

Результаты нашего исследования показали, что при интернет-общении таких различий нет: и женщинам и мужчинам свойствен примерно одинаковый выбор морфологических средств выражения мыслей.

Результаты морфологического анализа представлены в следующей таблице 8.

**Таблица 8**

**Морфологический анализ инвектив и комплиментов**

	Инвективы	Комплименты
--	-----------	-------------

	Мужчины	Женщины	Мужчины	Женщины
Существительное	1304 (24%)	337 (21%)	862 (24%)	206 (18%)
Глагол	718 (13%)	201 (13%)	451 (12%)	133 (11%)
Местоимение	621 (12%)	138 (9%)	382 (10%)	145 (12%)
Прилагательное	255 (5%)	98 (6%)	219 (6%)	103 (9%)
Междометие	25 (0,5%)	9 (0,6%)	13 (0,4%)	7 (0,6%)
Всего	5362	1608	3668	1176

В целом, анализ показывает, что разница в использовании тех или иных морфологических средств между мужчинами и женщинами незначительна.

Более подробный анализ примеров каждой части речи привел к следующим результатам:

Употребление абстрактных существительных в большей степени свойственно женщинам: 18% от общего числа существительных, употребляемых женщинами, составляют абстрактные существительные, мужчины употребляют их только в 9% случаев. Мужчины чаще используют абстрактные существительные в инвективах (106 случаев из 186), а женщины – в комплиментах (68 случаев из 99). Женщины в два раза реже, чем мужчины, используют в речи имена собственные: 28% существительных в речи мужчин называют имена людей, названия фильмов или наград, для женщин это характерно только в 12%. Большее количество имен собственных встречается в комплиментарных высказываниях мужчин (507 инвектив, 562 комплимента) и в инвективных высказываниях женщин (37 инвектив, 33 комплимента). Таким образом, результаты анализа существительных противоречат анализам речи при традиционном и письменном общении (В. П. Белянин, Т. В. Голон).

Мужская речь является чуть более глагольной, чем речь женщин. При этом оба гендера чаще используют несовершенный вид, но для женщин он более частотен: 61% женских глаголов имеют форму несовершенного вида, мужских – 54%. Форма совершенного вида более характерна для мужчин: они составляют 44% от общего числа мужских



глаголов и 39% – женских. Для женской речи характерно большое количество возвратных глаголов: их число составляет 24% от общего числа глаголов, в мужской речи они встречаются реже и занимают 13% от всех глаголов.

Большая часть глаголов употребляется в форме изъявительного наклонения (71% мужских и 75% женских) или инфинитива (21% и 20% соответственно), в сослагательном наклонении употребляются 4% и 3% глаголов. Особого внимания заслуживают глаголы в повелительном наклонении. 4% мужских и 2% женских глаголов употребляются в повелительном наклонении, при этом в контексте высказываний мужчины употребляют их в более грубой и категоричной форме, обращаясь при этом к конкретному лицу среди комментаторов («Ярик, <...> не разбираешься в футболе - сиди молчи», «Виталий, не трынди чушь», «Запомни на будущее, парень: Если ты хочешь сказать то, что ТЕБЕ нравится - Добавь перед этим "СКАЗАТЬ": "Я считаю", или "По моему мнению..." и желательно аргументируй.»). Женщины при употреблении глаголов в повелительном наклонении чаще всего не имеют конкретного адресата («проснись утром и сделай селфи, после мастера-стилиста даже Баба-Жаба будет "Еленой Прекрасной"»), либо имеют форму совета («попробуйте миндальную форму сделать, на такую длину-идеально»). Большая часть глаголов в повелительном наклонении встречается в инвективных комментариях: это характерно и для женщин, и для мужчин.

Следующей по частотности использования частью речи является местоимение. Мужчины почти в два раза чаще употребляют местоимения в инвективных комментариях, разница между употреблением женщинами местоимений в разных типах комментариев незначительна, но в комплиментарных высказываниях они встречаются чуть чаще. Личные местоимения составляют 43% от общего числа мужских местоимений и 48% – от женских. Мужчины чаще всего используют личные местоимения «я» (98 употреблений), «оно» (91 употребление) и «он» (82 употребления),

а женщины – «она» (46 употреблений), «я» (31 употребление) и «они» (20 употреблений). Употребление указательных местоимений в большей степени свойственно мужчинам (34%), чем женщинам (19%). Самое популярное слово – «это» употребляется мужчинами даже чаще, чем любое из личных местоимений – 146 раз. Женщины употребили его всего 16 раз, 13 – местоимение «такой». Это местоимение больше характерно для комплиментов: оно усиливает эмоциональность и выражение восхищения («я тоже хочу такую семью», «Таких ярких, трудяг, талантов - штучно!»).

Употребление определительных местоимений в большей степени свойственно женщинам (11%), чем мужчинам (7%). Они встречаются чаще в женских комплиментах и мужских инвективах. Самое популярное слово – «все» («Все огонь!!!», «Все команды рпл х%%ня»).

Притяжательные местоимения чаще встречаются в инвективных комментариях и практически одинаково часто употребляются и женщинами (8%), и мужчинами (7%). Местоимение «свой» употребляется чаще остальных притяжательных местоимений и усиливает эмоциональность высказывания, зачастую обостряя агрессию («Фреди Крюгер отдыхает со своими когтями», «а там Дзюба свою кукушку подставит», «Так какого хрена ты пытаешься всунуть своего Леджера туда, где он не нужен?»).

Комментарии женщин нередко содержат вопросы, поэтому вопросительных местоимений в женских комментариях больше (5%), чем в мужских (2%). Такие вопросы часто выражают непрямую негативную оценку какого-либо события или явления («Чем они так заслужили, что бы лицезреть их в группе?», «Почему мне должна нравиться чья то резиновая жена», «почему ты и другие люди так превозносят Леджера, будто бы он бог всей киноиндустрии?»).

Мужчины и женщины одинаково часто используют в речи неопределенные местоимения (4%). Большее количество таких местоимений встречается в инвективах. Они не имеют однозначной

эмоциональной окраски в комментариях и могут как выражать что-то неизвестное автору («он что-то придумает»), так и усиливать его эмоции («такая рисовка в то время - что-то невероятное.»).

Отрицательные местоимения практически не встречаются в женских комментариях (2 употребления), но составляют 3% от местоимений, которые употребляют мужчины. Они придают высказыванию не только значение отсутствия предмета, явления или признака («И ничего в ней великого не вижу.»), но и оттенок завершенности: «Лучше Хита Леджера джокера не сыграет никто», «Позорней матча никогда не будет».

Относительные местоимения содержатся в женских комплиментах (7 употреблений): «Какая прелесть», «Какой он красавец мужчина» – и усиливают эмоциональность высказывания.

Употребление прилагательных в большей степени свойственно женщинам. Наибольшее количество прилагательных встречается в женских комплиментах. 95% прилагательных в мужских и 92% в женских комментариях относятся к разряду качественных прилагательных. Из них 6% прилагательных в мужских комментариях и 4% – в женских употребляются в краткой форме, 6% мужских и 3% женских – в форме сравнительной степени и 5% мужских и 3% женских – в превосходной степени. Остальные прилагательные являются относительными (3% и 6%) и притяжательными (2% и 0,5%).

Выражение чувств уточняют и усиливают междометия. Их употребление в одинаковой степени свойственно женщинам и мужчинам. Все междометия, относящиеся к женским комментариям, относятся к разряду эмоциональных и выражают отвращение («Фууу», «брррр», «чур меня»), удивление и восхищение («Ого», «Вау»), радость («Урааа») и т.д.

Среди междометий, употребленных мужчинами большая часть относится к эмоциональным («ой», «эх», «ура», «опа», «господи боже» и др.). Два примера относятся к побудительным («ей» («эй»), «да брось»). 8 междометий номинально относятся к этикетным, но их употребление не

всегда является вежливостью, а несет в себе дополнительный, часто ироничный или агрессивный, смысл: «А то, что заслуга НЕ ТОЛЬКО его - ну так извините, кино это командная работа», «Оздоеву спасибо, му\*\*\*у».

Таким образом, морфологический анализ показал, что в интернет-коммуникации различия, которые есть в традиционном общении, постепенно исчезают. Однако, несмотря на практически одинаковую частотность употребления слов той или иной части речи, мужская и женская речь имеет свои особенности и гендерная принадлежность определяет выбор тех или иных грамматического разряда и грамматической формы слова.

Как говорилось ранее, интернет-коммуникация обладает своими особенностями: наличием эмодзи и стикеров, большим количеством восклицательных и вопросительных знаков. И в инвективных, и в комплиментарных комментариях использование данных способов выражения эмоций больше характерно для женщин. Смайлики и стикеры практически одинаково часто используются и в инвективах, и в комплиментах, но употребление эмодзи в инвективах незначительно превышает их употребление в комплиментах: 67 женских инвективных комментариев содержат смайлики, 64 – комплиментарных, 33 мужских инвективных комментария, 25 – комплиментарных. Эмодзи в инвективах выполняют несколько функций: усиливает эмоцию, выраженную текстом, либо сглаживает ее, создавая атмосферу шутки. Скобки в роли смайликов чаще используются женщинами в комментариях-комплиментах (23 комментария), чем в инвективных комментариях (16 комментариев), мужчины же чаще используют их в инвективах (11 комментариев), а не в комплиментах (7 комментариев). Таким образом, в целом смайлики (эмодзи, стикеры и скобки) чаще встречаются в инвективных комментариях (127 случаев), чем в комплиментарных (119) и свойственны больше женщинам (170 употреблений), чем мужчинам (76 употреблений).

Эмоциональность отражает и использование восклицательных знаков и вопросительных знаков. Восклицательные знаки чаще используются в комплиментах (66 употреблений), чем в инвективах (48 употреблений), а вопросительные – в инвективах (12 употреблений), чем в комплиментах (4 употребления). В целом женщины чаще выражают эмоции с помощью большого количества восклицательных и вопросительных знаков: 77 таких комментариев оставлено женщинами, 53 – мужчинами. Таким образом, данный способ выражения эмоций тоже характерен для женщин в большей степени, чем для мужчин.

Особенностью выражения эмоций мужчин является написание отдельных слов или целых фраз прописными буквами. Данный способ на интернет-сленге называется «капс» и происходит от «Caps Lock» – клавиши компьютерной клавиатуры, предназначенной для фиксации смены регистра букв со строчных на прописные. В интернет-коммуникации слова, написанные «капсом», воспринимаются как повышение голоса или крик и служат для передачи данных состояний. Среди собранных комментариев есть 25 случаев написания текста или отдельного слова строчными буквами мужчинами и только один – женщиной («Я ТОЖЕ ТАКОГО [кота] ХОЧУ!!!»). Такие комментарии чаще встречаются в инвективах и используются в спорах между комментаторами: «Он сыграл хорошо, но "ОТЛИЧНО" или "НЕТУ ЛУЧШЕ" мнение сформировано лишь одним фактом - ОН УМЕР! ВСЁ! НИЧЕГО БОЛЕЕ!!!». В комплиментах случаи использования «капса» встречаются в качестве замены традиционным футбольным кричалкам: «ЗЕНИТ». Ещё одним способом донести мысль в споре является парцелляция: «Он. Повлиял. Тем. Что. Вписался. В образ.» – она передает речь с интонационным ударением на каждое слово без повышения голоса. Данный способ встречается только один раз в мужских комментариях-инвективах.

Таким образом, интернет-коммуникация сохраняет некоторые особенности традиционной коммуникации, но имеет и свои собственные гендерные особенности. Это выражается и в комментариях-инвективах, и в комментариях-комплиментах. Так, например, в интернет-коммуникации так же, как и в традиционной, для мужчин характерна отрицательная оценка предметов и явлений, а для женщин – положительная. Мужчины пишут больше комментариев и их комментарии длиннее – это подтверждает теоретические исследования, но в отличие от традиционной или письменной коммуникации, предложения мужчин длиннее, чем женские. Мужские комментарии-комплименты длиннее, но предложения в них короче, чем в комментариях-инвективах. Инвективы женщин длиннее, чем комплименты, и предложения в них больше. Большая часть предложений в комментариях относится к простым, среди сложных для мужчин характерно использование сложноподчиненных предложений, для женщин – одинаковое соотношение сложносочиненных и сложноподчиненных в инвективных комментариях и преобладание сложноподчиненных – в комплиментах. Вводные слова чаще всего относятся к разряду выражения разной степени уверенности и одинаково часто употребляются мужчинами в комплиментах, женщинами – в инвективах. Морфологический анализ показал, что в интернет-коммуникации различия, которые есть в традиционном общении, постепенно исчезают. Однако, несмотря на практически одинаковую частотность употребления слов той или иной части речи, мужская и женская речь имеет свои особенности и гендерная принадлежность определяет выбор тех или иных грамматического разряда и грамматической формы слова. Особенностью интернет-коммуникации является использование дополнительных средств выражения эмоций: эмодзи, стикеров, скобок, восклицательных и вопросительных знаков – эти способы характерны женщинам в большей степени, чем мужчинам. Особенностью выражения эмоций мужчин является написание слов или

целых фраз прописными буквами («капс») и парцелляция, которые служат для передачи различной интонации в интернет-коммуникации.

## **2.4. Разработка классного часа «Агрессия в интернет-среде: как избежать конфликтов?»**

**Агрессия в интернет-общении: как избежать конфликтов?**

**Класс:** 6-8

**Тема классного часа:** «Агрессия в интернет-общении: как избежать конфликтов?»

**Тип классного часа:** тематический

**Форма классного часа:** беседа на заданную тему

**Цели и задачи:**

- Изучить информированность обучающихся о безопасной работе в сети интернет.
- Способствовать ответственному использованию online-технологий.
- Обсудить проблему агрессии в сети интернет.
- Разработать правила бесконфликтного общения в интернете.

**Технические средства обучения:** доска, раздаточный материал, компьютер с доступом в интернет

**Ход урока:**

**Организационный момент.**

**Постановка цели и задач урока.**

– Сегодня практически каждый человек является пользователем интернета. Какие опасности могут подстергать человека в сети?

- *Мошенники (фейковые аккаунты, магазины, скачивание бесплатных файлов с платной подпиской и т.д.).*
- *Вирусные атаки.*
- *Кража данных (взломы, проблемы конфиденциальности).*
- *Интернет-зависимость.*
- *Агрессия и конфликты.*

– Вы назвали/не назвали одну важную проблему интернета: агрессия. И сегодня я предлагаю поговорить именно на эту тему: агрессия и конфликты в интернете.

### **Актуализация знаний**

– Кто может объяснить, что такое агрессия?

*(Агрессия – поведение, направленное на нанесение физического или психологического вреда, вплоть до уничтожения объекта агрессии).*

– Как проявляется агрессия в интернете?

*(Через слова)*

– Это называется речевая агрессия – использование языковых средств для выражения неприязни, враждебности; манера речи, оскорбляющая чье-либо самолюбие, достоинство.

– Кто из вас сталкивался с агрессией в интернете? Какие были причины конфликта?

Как вы думаете, почему в интернете возникает столько конфликтов?

*(Основные причины записываются на доске)*

- *«Агрессивная среда» и анонимность*

В интернете нет сдерживающих факторов, т.к. он в большей своей степени анонимен. Поэтому люди перестают контролировать себя и сглаживать «острые углы», начинают поступать так, как бы они не поступили в реальной жизни: оскорблять, хамить, унижать других.

- *Недопонимание*

С недопониманием мы сталкиваемся и в общении вживую, но в интернете эти недопонимания обостряются. Если при непосредственном общении мы можем видеть человека: его лицо, мимику, жестикуляцию, слышать интонацию. В интернете мы видим только текст, поэтому сложнее понять, что человек хотел сказать. В таких ситуациях возникает недопонимание, а из него может вылиться конфликт.

- *Разница возрастов и интересов*



Такие конфликты возникают и в жизни: у каждого человека свои интересы, своё мнение по тем или иным вопросам, и несовпадение взглядов может привести к конфликтам. В интернете эти разногласия могут усиливаться.

- *Несоблюдение установленных правил*

На форумах и в чатах часто устанавливают правила для того, чтобы сделать общение более комфортным. Незнание этих правил может повлечь конфликты.

- *Троллинг*

В интернете существует особая форма конфликта – троллинг – размещение в интернете (на форумах, в дискуссионных группах и др.) провокационных сообщений с целью вызвать конфликты между участниками, взаимные оскорбления и т.п. Лицо, занимающееся троллингом, называют троллем.

#### Применение знаний и умений

– Давайте обсудим, как высказывать своё мнение, чтобы никого не обидеть и не спровоцировать конфликт.

У меня есть несколько примеров (раздаточный материал с диалогами или отдельными фразами дать 3-4 детям в начале урока).

#### Чтение по ролям:

– Сегодня противная погода: холодно.

– Не носи чушь, сегодня солнечно.

– Как вы думаете, этот диалог может перерасти в конфликт или обидеть другого человека? Почему?

(Ответ явно агрессивный, в грубой форме, унижает другого человека).

– Когда мы на слова человека реагируем оборотами типа «Вы говорите глупости», «Не несите чушь», «Ты просто не понимаешь» и прочее, мы не только выражаем своё несогласие с точкой зрения, но и выказываем ничтожность её для нас.

Чтение по ролям (раздаточный материал):

— Сегодня противная погода: холодно.

— Нет. Сегодня солнечно и радостно.

– Вроде бы, данный ответ не является таким агрессивным, как предыдущий, но как бы вы себя почувствовали, если бы так ответили вам?

(Неприятно, потому что моё мнение не учли)

– Такой ответ так же может спровоцировать конфликт либо обидеть другого человека. Так как же следует ответить?

(Согласиться с мнением человека, а потом высказать своё)

Правильно, это можно сформулировать так:

- *«Ты прав, но я считаю иначе».*

Попробуйте придумать такой ответ.

(Да, сегодня холодно. Хотя (но, однако) солнечно, что радует).

Тем не менее, и в таком случае может возникнуть конфликт, т.к. слова типа «но», «хотя», «однако» наш мозг воспринимает как сигнал к сопротивлению. Поэтому лучшим вариантом ответа будет фраза, например, с оборотом «и в то же время»: Да, сегодня холодно. И в то же время солнечно, что радует.

– Какие ещё правила поведения должны соблюдаться в интернет-общении?

- *Быть вежливым и доброжелательным*

Не грубите и не будьте агрессивны. Прежде чем сказать о неприятном, постарайтесь создать доброжелательную атмосферу, отметьте заслуги человека, его хорошие дела.

- *Не навязывать свою точку зрения*

Можете аргументировать своё мнение, этого будет достаточно, позвольте другому человеку самому решать что, хорошо, а что плохо.

- *Тщательно подбирайте слова и то, что хотите сказать*

Сделайте все возможное, чтобы вас поняли правильно.

- *Поместите себя на место другого человека*

Для того чтобы избежать ненужных конфликтов, нужно принять во внимание то, кому именно вы пишете. Один человек может понять ваше сообщение именно так, как вы задумывали, а другой может увидеть в нем угрозу.

– Мы обсудили основные причины конфликтов, определили, как не спровоцировать конфликт, но в общении участвуют двое, и вы можете не хотеть кого-то задеть, но захотят задеть вас. Поэтому важно уметь правильно реагировать на агрессию.

- *Оставаться спокойным к критике и не принимать её близко к сердцу*

У каждого есть своё мнение, что-то может кому-то не нравиться, а нравиться только Вам – этого достаточно.

- *Уточните*

Например, вы могли бы спросить: «Когда вы сказали... Вы имели в виду ... или ...?» или «Когда вы сказали ... Я услышал ... это то, что вы имели в виду?»

- *Не отвечайте сразу*

Если почувствовали гнев при прочтении электронного письма или сообщения, лучше не отвечать сразу. Дайте себе время подумать и успокоиться и уже в спокойном состоянии отвечайте.

- *Вы не обязаны отвечать*

У вас есть выбор. Вы не обязаны реагировать на зарождающийся конфликт. Если в вашу сторону направлены обвинительные или оскорбляющие послания, лучшим решением будет их проигнорировать.

Посмотрите на этот пример (раздаточный материал):

А: Мне не нравится эта актриса.

Б: Ты дурак? Она играет прекрасно.

А: Не носи чушь, её игра посредственна.

Б: Да-да, а ты, я смотрю, эксперт в этом деле.

Как можно исправить реплики Б, чтобы избежать конфликт?

(Согласиться, что она играла в хороших фильмах, но указать, что Б её игра не нравится. Узнать, какие хорошие фильмы с её участием смотрел А и т.д.)

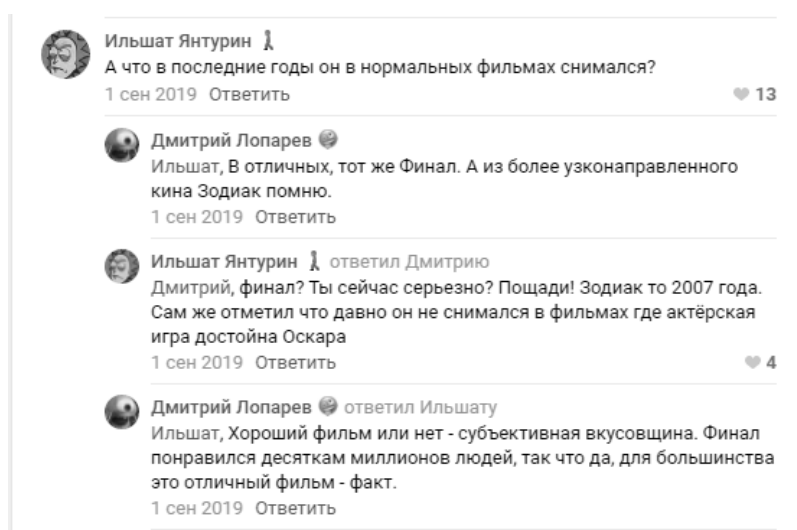
– Как может реагировать А, чтобы выйти из конфликта?

(Не отвечать, сказать, что Б, возможно, прав, но А считает иначе, спросить о конкретных недостатках её игры и т.д.)

Давайте рассмотрим реальные примеры из интернета.

(Показать скриншоты переписок или открыть через ссылки)

[https://vk.com/wall-108468\\_2512936?reply=2512950](https://vk.com/wall-108468_2512936?reply=2512950)



Данный пример сложнее: агрессия проявляется не так явно, как в предыдущих примерах, и конфликт не кажется очевидным. Тем не менее, данную ситуацию нельзя назвать идеальной. Как можно улучшить ситуацию?

*(Возможно, «Финал» – хороший фильм, хотя лично мне он не понравился настолько сильно.*

*«Финал» признан многими людьми, хотя ты прав, он не лишён недостатков.)*

### **Подведение итогов**

– Итак, как же нужно вести себя в интернете, чтобы не было конфликтов?

(Быть вежливым, не навязывать свою точку зрения, стараться понятно выразить свои мысли, не скандалить, уточнять, не отвечать, если не хочется и т.д.)

### **Рефлексия**

Учащимся предлагается отметить своё настроение на «Лесенке успеха» (раздаточный материал): нижняя ступенька, у «человечка» руки опущены – у меня ничего не получилось; средняя ступенька, у «человечка» руки разведены в стороны – у меня были проблемы; верхняя ступенька, у «человечка» руки подняты вверх – мне всё удалось.

**Выводы по 2 части.** Инвектива является неотъемлемой частью интернет-коммуникации. Употребление инвектив свойственно в равной степени мужчинам и женщинам, но гендерная принадлежность влияет на тематику и средства выражения агрессии: для женщин свойственно внимание к недостаткам внешности, а мужчинам – к недостаткам умственного развития. Тем не менее, общая оценка, недостатки характера и поведения и отклонения в здоровье одинаково значимы для обоих гендеров. Анализ целенаправленности и отношения к объекту речевой агрессии показал, что мужчины чаще оскорбляют других комментаторов и, следовательно, чаще реагируют на оскорбления. Большая часть инвективных комментариев относится к явным, поскольку для интернет-коммуникации в комментариях не свойственна манипуляция, нет и примеров массовой агрессии, т.к. среди комментаторов нельзя выделить лидера. Отличия в средствах выражения касаются эмотиконов, употребление которых больше свойственно женщинам, и обценной лексики, к которой чаще прибегают мужчины. И то, и другое служит для выражения эмоций комментаторов. Инвективная лексика чаще всего относится к литературным словам, среди которых среди мужчин особенно выделяются глаголы с «осуждающей» семантикой и слова, обозначающие социально осуждаемую деятельность, а среди женщин – слова с

экспрессивно-негативной оценкой кого-либо. Среди бранной лексики выделяются специально создаваемые («оказиональные») слова: их нельзя отнести к литературной лексике, поскольку игра слов нередко строится на использовании нецензурной лексики, а их яркой особенностью является наличие элемента творчества комментаторов. Создание таких слов в большей степени свойственно мужчинам.

Важной составляющей интернет-коммуникации является комплимент. Гендерная принадлежность влияет на речевое поведение, в том числе и на комплименты. Женщины делают комплименты чаще, чем мужчины. Несмотря на то, что большая часть комплиментов носит общеоценочный характер, мужчины и женщины обращают внимание на разные аспекты жизни: для женщин важен внешний облик объекта, мужчины чаще оценивают ум, таланты и способности. На это же указывает и выбор лексических единиц в комплиментах. Для женщин характерна повышенная эмоциональность, что обуславливает наличие в комплиментах женщин эмотиконов, стикеров, скобок и большого количества восклицательных знаков.

Интернет-коммуникация сохраняет некоторые особенности традиционной коммуникации, но имеет и свои собственные гендерные особенности. Это выражается и в комментариях-инвективах, и в комментариях-комплиментах. Так, в интернет-коммуникации так же, как и в традиционной, для мужчин характерна отрицательная оценка предметов и явлений, а для женщин – положительная. Мужчины пишут больше комментариев и их комментарии длиннее – это подтверждает теоретические исследования, но в отличие от традиционной или письменной коммуникации, предложения мужчин длиннее, чем женские. Мужские комментарии-комплименты длиннее, но предложения в них короче, чем в комментариях-инвективах. Инвективы женщин длиннее, чем комплименты, и предложения в них больше. Большая часть предложений в комментариях относится к простым, среди сложных для мужчин

характерно использование сложноподчиненных предложений, для женщин – одинаковое соотношение сложносочиненных и сложноподчиненных в инвективных комментариях и преобладание сложноподчиненных – в комплиментах. Вводные слова чаще всего относятся к разряду выражения разной степени уверенности и одинаково часто употребляются мужчинами в комплиментах, женщинами – в инвективах. Морфологический анализ показал, что в интернет-коммуникации различия, которые есть в традиционном общении, постепенно исчезают. Однако, несмотря на практически одинаковую частотность употребления слов той или иной части речи, мужская и женская речь имеет свои особенности и гендерная принадлежность определяет выбор тех или иных грамматического разряда и грамматической формы слова. Особенностью интернет-коммуникации является использование дополнительных средств выражения эмоций: эмотиконов, стикеров, скобок, восклицательных и вопросительных знаков – эти способы характерны женщинам в большей степени, чем мужчинам. Особенностью выражения эмоций мужчин является написание слов или целых фраз прописными буквами («капс») и парцелляция, которые служат для передачи различной интонации в интернет-коммуникации.

В результате исследования был разработан план-конспект классного часа на тему «Агрессия в интернет-общении: как избежать конфликтов?».

## Заключение

В настоящей работе был проведен анализ гендерного аспекта употребления инвективы и комплимента в интернет-коммуникации (на примере комментариев в социальной сети «ВКонтакте»). На основании проведенного исследования были сделаны следующие выводы.

Анализ теоретических исследований показал, что инвектива и комплимент являются речевыми тактиками, т.к. обладают способностью воздействовать на слушателя, т.е. осуществляют речевые стратегии говорящего.

Инвектива как жанр разговорной речи стала объектом научного интереса в конце XX века.

Инвектива – речевая тактика дискредитации, агрессивный выпад в устной или письменной форме против кого- или чего-либо, направленный на оскорбление и унижение адресата. Функции инвективной лексики разнообразны: основной функцией является оскорбление, но инвектива может быть направлена и на установление дружественных отношений или употребляться в качестве междометия.

Классифицировать инвективы можно по разным критериям. Ключевыми параметрами для классификаций становятся происхождение, источники и семантика, тематика, формальные признаки и связь с речевой ситуацией. Сегодня инвектива активно используется в интернет-общении: относительная анонимность и отсутствие непосредственного контакта снимает ограничения живого общения, позволяя выражать то, что бы коммуникант скрыл или сгладил в жизни. Употребление инвектив в интернет-среде обладает собственной спецификой: эмодзи и особые формы коммуникации «троллинг» и «флейминг».

Комплимент – речевая эмоционально настраивающая тактика, любые приятные слова, сказанные в адрес кого- или чего-либо с целью расположения к себе собеседника. Интерес к исследованию комплимента как речевого жанра появился в 80-е годы XX века. Сегодня изучение



комплимента сосредоточилось в статьях о сравнении речевых тактик в разных языках. Основные функции комплимента – контактоустанавливающая и прагматическая (функция воздействия). Существует несколько классификаций комплиментов: тематические по наличию иллокутивного вынуждения и по способу выражения интенции. Комплимент может иметь негативный смысл, употребляясь в качестве ироничного замечания. Специфической особенностью комплимента в интернет-коммуникации является желание выделиться или произвести впечатление на собеседника.

Речевое поведение зависит от гендерной принадлежности коммуникантов: мужское речевое поведение более агрессивное, им свойственно употребление бранной лексики и сленга, но они менее эмоциональны, чем женщины, которые чаще выражают положительную оценку. В интернет-коммуникации гендерные особенности могут проявляться иначе, чем в традиционной: интернет усиливает нестабильность гендера и способствует развитию мультигендерной позиции.

Источниками эмпирического материала исследования стали комментарии к записям в группах «Wonen's Sectrets», «Киномания» и «Футбол Европы» социальной сети «ВКонтакте». Всего нами было собрано 1574 комментария: из них 347 комплиментов и 477 инвектив. Период сбора материала: сентябрь 2019 года.

В ходе работы с эмпирическим материалом было выявлено, что употребление инвектив свойственно в равной степени мужчинам и женщинам, но гендерная принадлежность влияет на тематику и средства выражения агрессии: для женщин свойственно внимание к недостаткам внешности, а мужчинам – к недостаткам умственного развития. Тем не менее, общая оценка, недостатки характера и поведения и отклонения в здоровье одинаково значимы для обоих гендеров. Анализ целенаправленности и отношения к объекту речевой агрессии показал, что

мужчины чаще оскорбляют других комментаторов и, следовательно, чаще реагируют на оскорбления. Большая часть инвективных комментариев относится к явным, поскольку для интернет-коммуникации в комментариях не свойственна манипуляция, нет и примеров массовой агрессии, т.к. среди комментаторов нельзя выделить лидера. Отличия в средствах выражения касаются эмотиконов, употребление которых больше свойственно женщинам, и обценной лексики, к которой чаще прибегают мужчины. И то, и другое служит для выражения эмоций комментаторов. Инвективная лексика чаще всего относится к литературным словам: среди мужских инвектив особенно выделяются глаголы с «осуждающей» семантикой и слова, обозначающие социально осуждаемую деятельность, а среди женских – слова с экспрессивно-негативной оценкой кого-либо. Среди бранной лексики выделяются специально создаваемые («оказиональные») слова: их нельзя отнести к литературной лексике, поскольку игра слов нередко строится на использовании нецензурной лексики, а их яркой особенностью является наличие элемента творчества комментаторов. Создание таких слов в большей степени свойственно мужчинам.

Анализ комплиментарных комментариев показал, что женщины делают комплименты чаще, чем мужчины. Несмотря на то, что большая часть комплиментов носит общеоценочный характер, мужчины и женщины обращают внимание на разные аспекты жизни: для женщин важен внешний облик объекта, мужчины чаще оценивают ум, таланты и способности. На это же указывает и выбор лексических единиц в комплиментах. Для женщин характерна повышенная эмоциональность, что обуславливает наличие в комплиментах женщин эмотиконов, стикеров, скобок и большого количества восклицательных знаков.

Интернет-коммуникация сохраняет некоторые особенности традиционной коммуникации, но имеет и свои собственные гендерные особенности. Это выражается и в комментариях-инвективах, и в

комментариях-комплиментах. Так, например, в интернет-коммуникации так же, как и в традиционной, для мужчин характерна отрицательная оценка предметов и явлений, а для женщин – положительная. Мужчины пишут больше комментариев и их комментарии длиннее – это подтверждает теоретические исследования, но в отличие от традиционной или письменной коммуникации, предложения мужчин длиннее, чем женские. Большая часть предложений в комментариях относится к простым, среди сложных для мужчин характерно использование сложноподчиненных предложений, для женщин – одинаковое соотношение сложносочиненных и сложноподчиненных в инвективных комментариях и преобладание сложноподчиненных – в комплиментах. Вводные слова чаще всего относятся к разряду выражения разной степени уверенности и одинаково часто употребляются мужчинами в комплиментах, женщинами – в инвективах. Морфологический анализ показал, что в интернет-коммуникации различия, которые есть в традиционном общении, постепенно исчезают. Однако, несмотря на практически одинаковую частотность употребления слов той или иной части речи, мужская и женская речь имеет свои особенности и гендерная принадлежность определяет выбор тех или иных грамматического разряда и грамматической формы слова.

Особенностью интернет-коммуникации является использование дополнительных средств выражения эмоций: эмотиконов, стикеров, скобок, восклицательных и вопросительных знаков – эти способы характерны женщинам в большей степени, чем мужчинам. Особенностью выражения эмоций мужчин является написание слов или целых фраз прописными буквами («капс») и парцелляция, которые служат для передачи различной интонации в интернет-коммуникации.

В результате исследования был разработан план-конспект классного часа на тему «Агрессия в интернет-общении: как избежать конфликтов?».

Таким образом, инвектива и комплимент играют важную роль в интернет-коммуникации, обладают собственной спецификой и отражают гендерные различия в морфологии, лексике, синтаксисе и в целом в поведении мужчин и женщин. Несмотря на сходства между употреблением инвектив и комплиментов мужчинами и женщинами, разница очевидна и подтверждает нашу гипотезу: гендерные различия, свойственные для традиционного общения, сохраняются и в интернет-коммуникации, изменения при переходе из одной формы общения в другую незначительны. Тем не менее, заметна тенденция стирания границ между мужской и женской моделями речевого поведения. Таким образом, наша гипотеза подтвердилась.

Данное исследование не может ответить на все вопросы, возникающие по вопросу функционирования инвективы и комплимента в интернет-коммуникации и отражает ее текущее состояние. Перспективы дальнейшего исследования проблемы мы видим в более детальном рассмотрении вопроса функционирования речевых тактик в интернет-коммуникации и влияния на них гендерной принадлежности коммуникантов.

В заключение можно отметить, что цель – определить гендерные особенности комплимента и инвективы в современном интернет-общении – достигнута, все задачи – выполнены.

## Библиографический список

### *Теоретические источники*

1. Арутюнова, Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова. – Текст : непосредственный // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – Москва, 1990. – С. 136-137.
2. Бекасова, Е. Н. Слово, направляющее жизнь (к проблеме динамики и употребления инвектив в современной языковой ситуации) / Е. Н. Бекасова – Текст : непосредственный // Филологический класс. – 2015. – №2 (40). – С. 57-61.
3. Белянин, В. П. Психолингвистика : учебник / В. П. Белянин. – Москва : Флинта; Московский психолого-социальный институт, 2003. – 232 с. – ISBN 5-89349-371-0; 5-89502-421-1. – Текст : непосредственный.
4. Борисова, И. Н. Структура и динамика дискурса в потенциально конфликтной ситуации / И. Н. Борисова. – Текст : непосредственный // Речевая конфликтология : учеб. пособие. / Отв. ред. М. Я. Дымарский. – Санкт-Петербург : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2008. С. 33-69.
5. Бутовская, М. Л. Антропология пола / М. Л. Бутовская. – Фрязино : Век2., 2013. – 256 с. – ISBN 978-5-85099-191-3. – Текст : непосредственный.
6. Воронцова, Т. А. Троллинг и флейминг: речевая агрессия в интернет-коммуникации / Т. А. Воронцова. – Текст : электронный // Вестник Удмуртского университета. – 2016. – Т. 26, вып. 2. – С. 109-116. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26087618&> (дата обращения 07.06.20). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей.
7. Вострикова, Е. С. Функционирование комплимента в конфликтном дискурсе / Е. С. Вострикова. – Текст : электронный // Известия Российского Государственного Педагогического Университета им. А. И. Герцена. – 2008. – №38 (82), ч. 1. – С. 96-99. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=11692507> (дата обращения: 23.05.2020). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей.

8. Гиззатуллина, Л. Т. Речевой акт «комплимент» как неотъемлемый компонент современной коммуникации / Л. Т. Гиззатуллина. – Текст : непосредственный // Вестник ТГГПУ. – Филологические науки. – 2008. – №1 (12). – С. 27-29.
9. Гендер. – Текст : непосредственный // Словарь гендерных терминов / под ред. А. А. Денисовой. – Москва, 2002. – С. 256. – ISBN 5-86391-022-4.
10. Гомон, Т. В. Исследование документов с деформированной внутренней структурой : дисс. ... канд. юрид. наук / Т. В. Гомон. – Москва, 1990. – 148 с. – Текст : непосредственный.
11. Гутнер, Г. Б. Речевой акт / Г. Б. Гутнер – Текст : непосредственный // Энциклопедия эпистемологии и философии науки / гл. ред. и сост. И. Т. Касавин. – Москва, 2009. – С. 830-831. – ISBN 978-5-88373-089-3.
12. Евсеева, И. В. Речевая агрессия и вежливость в интернет - коммуникации школьников / И. В. Евсеева, А. В. Кожеко, Т. А. Лузгина. – Текст : непосредственный // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 1. – С. 95-106.
13. Ениколопов, С. Н. Агрессия. / С. Н. Ениколопов. – Текст : непосредственный // Большая психологическая энциклопедия / под ред. Б. Г. Мещерякова, В. П. Зинченко. – 4-е изд., доп. и испр. – Москва ; Санкт-Петербург, 2009. – С. 27- 28.- ISBN 978-5-17-055693-9.
14. Жельвис, В. И. «Грубость»: проблемы классификации лексики / В. И. Жельвис – Текст : электронный // Вопросы психолингвистики. – 2008. – №7. – С. 109-113. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=13362086&> (дата обращения: 23.05.2020) – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей.
15. Жельвис, В. И. Поле брани: Сквернословие как социальная проблема в языках и культурах мира / В. И. Жельвис. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Ладомир, 2001. – 352 с. : ил. – (Русская потаенная литература). – ISBN 5-86218-090-7. – Текст : непосредственный.

- 16.Заворотичева, Н. С. Инвективы в современной разговорной речи (на материале пиренейского национального варианта испанского языка и американского национального варианта английского языка) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. / Н. С. Заворотичева. – Москва, 2010. – 25 с. – Текст : непосредственный.
- 17.Заложная, И. В. Особенности инвективы как речевого жанра / И. В. Заложная. – Текст : электронный // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2009. – №2. – С. 132-134. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=12503202> (дата обращения: 07.06.2020) – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей.
- 18.Ильин, Е. П. Пол и гендер / Е. П. Ильин. – Санкт-Петербург : Питер, 2010. – 688 с. : ил. – (Мастера психологии). – ISBN 978-5-49807-453-5. – Текст : непосредственный.
- 19.Инвектива. – Текст : непосредственный // Большой толковый словарь русского языка: А-Я / сост. и гл. ред. С. А. Кузнецов. – Санкт-Петербург, 2000. – С. 391. – ISBN 5-7711-0015-3.
- 20.Инвектива. – Текст : непосредственный // Новая иллюстрированная энциклопедия: в 20 т. Кн. 7. Жа – Ит. / гл. ред. А. П. Горкин. – Москва, 2000. – С. 178. : ил. – ISBN 5-85270-199-8.
- 21.Инвектива. – Текст : непосредственный // Словарь иностранных слов / Н. Г. Комлев. – Москва, 2006. – С. 182. – ISBN 5-699-15967-3.
- 22.Инвектива. – Текст : непосредственный // Словарь иностранных слов и выражений / Е. С. Зенович. – Москва, 1998. – С. 179. – ISBN 5-7390-0457-8; 5-237-00161-0.
- 23.Инвектива. – Текст : непосредственный // Толковый словарь иноязычных слов / Л. П. Крысин. – Москва, 2005. – С. 299. – ISBN 5-699-08073-2.
- 24.Инвектива. – Текст : непосредственный // Толковый словарь русского языка: в 3 т. Т. 1. А – М. / под ред. Д. Н. Ушакова. – Москва, 2001. – С. 469. – ISBN 5-7838-0887-3; 5-8405-0064-X.

- 25.Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – 5-е изд. – Москва : Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с. – ISBN 978-5-382-00698-7. – Текст : непосредственный.
- 26.Комплимент. – Текст : непосредственный // Большой толковый словарь русского языка / С. А. Кузнецов. – Санкт-Петербург, 2000. – С. 446. – ISBN 5-7711-0015-3.
- 27.Комплимент. – Текст : непосредственный // Новая иллюстрированная энциклопедия: в 20 т. Кн. 9: Кл – Ку./ гл. ред. А. П. Горкин. – Москва, 2000. – С. 80. : ил. – ISBN 5-85270-201-3.
- 28.Комплимент. – Текст : электронный // Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. / под ред. Ефремовой Т. Ф. – Москва : Русский язык, 2000. – URL: [http://slovoonline.ru/slovar\\_efremova/b-11/id-36670/kompliment.html](http://slovoonline.ru/slovar_efremova/b-11/id-36670/kompliment.html) (дата обращения: 23.05.2020). – Режим доступа: свободный.
- 29.Комплимент. – Текст : непосредственный // Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – 4-е изд. – Москва, 1999. – С. 288. – ISBN 5-902638-10-0.
- 30.Комплимент. – Текст: непосредственный // Словарь иностранных слов / Н. Г. Комлев. – Москва, 2006. – С. 239. – ISBN 5-699-15967-3.
- 31.Комплимент. – Текст: непосредственный // Словарь русского языка: в 4 т. Т. 2. К – О. / под ред. А. П. Евгеньевой. – 3-е изд., стереотип. – Москва, 1985 – 1988. – С. 86.
- 32.Комплимент. – Текст : непосредственный // Толковый словарь русского языка: в 3 т. Т. 1. А – М. / под ред. Д. Н. Ушакова. – Москва, 2001. – С. 551. – ISBN 5-7838-0887-3; 5-8405-0064-X.
- 33.Можейко, М. А. Инвектива / М. А. Можейко. – Текст : непосредственный // Новейший философский словарь / сост. А. А. Грицанов. – Минск, 1998. – С. 262. – ISBN 985-6235-17-0.



34. Морозова, И. С. Некоторые особенности речевого акта «комплимент» в англоязычной (британской) лингвокультуре (на материале художественных произведений XX века) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / И. С. Морозова. – Пермь, 1999. – 28 с. – Текст : непосредственный.
35. Мудрова, Е. В. Комплимент в наши дни (на материале из интернета) / Е. В. Мудрова. – Текст : электронный // Вестник Ставропольского государственного университета – Филологические науки. – 2007. – №50. – С. 188-192. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=15137518> (дата обращения: 23.05.2020). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей.
36. Мудрова, Е. В. Комплимент как первичный речевой жанр : автореф. дис. ... канд. филол. наук. / Е. В. Мудрова. – Таганрог, 2007. – 26 с. – Текст : непосредственный.
37. Понятия чести и достоинства, оскорбления и ненормативности в текстах права и массовой информации / В. Н. Базылев, Ю. А. Бельчиков, А. А. Леонтьев, Ю. С. Сорокин. – Текст : непосредственный // Понятия чести, достоинства и деловой репутации: Спорные тексты СМИ и проблемы их анализа и оценки юристами и лингвистами / под ред. А. К. Симонова, М. В. Горбаневского. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Медея, 2004. – С. 9-117. – ISBN 5-8137-0117-6.
38. Ромашко, С. А. Инвектива / С. А. Ромашко. – Текст : электронный // Большая российская энциклопедия / гл. ред. Ю. С. Осипов. – Москва, 2005. – URL: <https://bigenc.ru/literature/text/2007320> (дата обращения: 23.05.2020).
39. Саржина, О. В. Оскорбление словом (инвектива) как агрессивный дискурс / О. В. Саржина. – Текст : электронный // Юрислингвистика: Русский язык и современное российское право : межвуз. сб. науч. трудов – 2007. – №8. – С. 257-267. – URL:

- <https://elibrary.ru/item.asp?id=26608175> (дата обращения: 23.05.2020) – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей.
40. Серебрякова, Р. В. Национальная специфика речевых актов комплимента и похвалы в русской и английской коммуникативных культурах : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Р. В. Серебрякова. – Воронеж, 2002. – 69 с. – Текст : непосредственный.
41. Стернин, И. А. Введение в речевое воздействие / И. А. Стернин. – Воронеж : Полиграф, 2001. – 252 с. – ISBN 5-86937-036-9. – (Речевое воздействие). – Текст : непосредственный.
42. Федорова, Л. Л. Типология речевого воздействия и его место в структуре общения / Л. Л. Федорова. – Текст : непосредственный // Вопросы языкознания. – 1991. – № 6. – С. 46-50.
43. Функция. – Текст : непосредственный // Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – Москва, 2013. – С. 508. – ISBN 978-5-458-52192-5.
44. Шарифуллин, Б. Я. Инвективные жанры мужской и женской коммуникации / Б. Я. Шарифуллин. – Текст : электронный // Человек и язык в коммуникативном пространстве: сб. науч. ст. – 2016. – Т. 7. - №7. С. 50-62. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25802916> (дата обращения: 23.05.2020). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей.
45. Щербинина, Ю. В. Русский язык. Речевая агрессия и пути ее преодоления : учебное пособие / Ю. В. Щербинина. – Москва : Флинта; Наука, 2004. – 221 с. – ISBN 5-89349-604-3. – Текст : непосредственный.
46. Якоба, И. А. Гендер в интернет-коммуникации: динамика развития / И. А. Якоба. – Текст : электронный // Вестник ИрГТУ. – 2013. – №1 (72). – С. 303-309. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=18780393> (дата обращения: 23.05.2020). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей.

47. Якоба, И. А. Особенности интернет - коммуникации (лингвистический, социальный, гендерный аспекты) / И. А. Якоба. – Текст : непосредственный // Вестник ИрГТУ. – 2012. – № 3 (62). – С. 365–372.
48. Austin, J. L. How To Do Things With Words: The William James Lectures delivered at Harvard University in 1955 / J. L . Austin. – Oxford : The Clarendon Press, 1962. – 167 с. – ISBN 9780198245537. – Текст : непосредственный.

*Источники эмпирического материала*

1. Women’s Secrets. – Текст : электронный // ВКонтакте. – Режим доступа: <https://vk.com/secretswoman> (дата обращения: 12.06.2020).
2. КиноПоиск. – Текст : электронный // ВКонтакте. – Режим доступа: <https://vk.com/kinopoisk> (дата обращения: 12.06.2020).
3. Футбол Европы. – Текст : электронный // ВКонтакте. – Режим доступа: <https://vk.com/uefanews> (дата обращения: 12.06.2020).

## Приложение 1. Корпус комментариев-инвектив

### Women's secrets

#### Мужчины:

1. 👉
2. Тамара, крокодилы такой фуфломицин не носят 😂

#### Женщины:

1. Белый но не такие страшные ногти )
2. Оленька, страшно длинные)
3. На ногах все ок, но на руках сама их форма выглядит ужасно (
4. Ужасные ногти 😞
5. цвет класс,а маникюр фууу как у бабы яги😎
6. Не очень форма....Я люблю больше миндаль))
7. Никакой. Просто ужас
8. 💩
9. Говорят мужчины слегка побаиваюся вида длинных ногтей,все в меру!Слишком длинные ногти и агрессивные что-ли....
- 10.Господи...чур меня
- 11.Ужас....
- 12.Ужас и дело не в цвете
- 13.Всё💩!
- 14.Мне все нравятся цвета. Ногти вообще ни одни не нравятся на руках
- 15.ужас
- 16.Никакой
- 17.Вообще,цвета все крутые,но ногти бррррр и от этого кажется будто все не очень(
- Выбираю из предложенных 🍎



- 18.
- 19.Ужасно. Ни какой на таких ногтях😱
- 20.с такими ноктями только в носу ковырятся просто ужасные
- 21.Никакой, маникюр-мрак
- 22.Откуси их
- 23.Куда мир катится?! Ужас да и только
- 24.🤢👤
- 25.Зелёный смотрится как на трупе😞
- 26.Всё ужасно😞
- 27.вообще жесьть



60. После того как она съела бьющееся сердце змеи, то вообще Фуууу!!!!!!
61. Ведет себя как быдло. Отвратительна
62. А что она ведёт кроме Орла и решки? Там её лютые визги раздражают, может другие передачи она ведёт лучше?
63. Хабалистая бабенка
64. Хохлушка колхозница! 🤔
65. Кривляка и ломака, особенно в последних сезонах
66. Ужас
67. Долборэперша в крокодиле... вот бы крокодила в ее ошметках увидеть)
68. Тамара, там только с жопы на трёх аллигаторов хватит
69. Анастасия, 🤔 там слону трусы сшить можно
70. Сергей, жаль, что фуфломидин носит крокодилов 🤔
71. потешная тётка 🤔 не каждая так сможет оригинально поржать над этими гламурными курицами
72. Юлианна, а что сложного? Одедась, приняла позу. Так как раз таки каждый сможет)
73. Юлианна, как по мне ничего особенного. Так же кривляется как и многие))
74. Да бред такой...
75. Опять эта чума.... 🤔
76. Уже актриса.. жуть
77. Юлия, ну а о себе вы куда лучшего мнения, конечно 🤔
78. Germina, вы вообще о чем девушка? Я с вами общалась на эту тему??
79. Снялась в одном фильме и уже актриса. Она же певица
80. Никак не нравится
81. Она самая обычная
82. Актриса?... 🤔🤔🤔
83. Раньше симпатичнее была
84. С пением не удалось 🤔 решила в актрисы податься 🤔
85. Ни как певица, ни как актриса она никакая
86. Актриса это громко сказано
87. Всю девку обоср...ли! Критики прям собрались с великими достижениями в жизни. Она хоть чего то добилась. А вы?
88. Оля, да писец... Знатоки 🤔
89. Мне нравица Джולי, Ди Каприо.. тот же самый Порье.. а что полезного делает эта мадам??
90. Все насрать..
91. Фу(( 🤔
92. Ей то как нас...ть, что она кому-то из вас не нравится 🤔

93. Нет, вечно злая, недовольная
94. Согласна! Вечно с недовольным лицом
95. Раньше была лучше...
96. Если б такая злющая на весь свет не была, то ничего. вы бы фото До выставили, а то оттюнингвали, теперь конечно красotka!
97. Понтов слишком много
98. А что она сделала хорошего ?
99. Что может нравиться в алкоголичке и хабалке? А с фотошопом каждая из нас мисс вселенная
100. Была симпатичная щясь испортила лицо
101. А тут нет ярлычка Дизлайк??!
102. Забодали эти "а вам нравится"?
103. Нет, не красotka!((( Натуральная красота ещё никогда не проигрывала, проснись утром и сделай селфи, после мастера-стилиста даже Баба-Жаба будет "Еленой Прекрасной"
104. Нет :( противная такая
105. Нет, она какая-то надменная  
Слишком много её стало...



- 106.
107. Но только не с кедами 🧑 не понимаю я такой "красоты"
108. Фуу
109. Стремно
110. Силиконовые губищи, силиконовая грудь, приклеенные ресницы, резиновая Зина.
111. Ева, да и он то не красавец ...
112. Ева, хламурная модная чика это называется
113. Ева, завидуйте молча 😬
114. Хоть она и красива, но все равно лучше естественная красота) согласитесь... я не завидую.. хоть я и хуже этой куклы в 300 раз)))
115. Юля, посмотрела бы я , как вы заговорили , имея ее деньги 🙄 естественный образ, тут же сменился. 🤔
116. Вера, тётеньки недалёкого ума так и рассуждают)
117. Ирина, Юлия все прекрасно сама понимает ,просто напрашивается на комплимент 🤔
118. Какая хитрая...на комы напросилась 🤔🧑
119. Для кого то может и красиво. Но лично мне не нравится, выглядят как то старше своего возраста

## Приложение 2. Корпус комментариев-комплиментов

### Women's secrets

#### Мужчины:

1. Оооочень 🍑
2. абалденная

#### Женщины:

1. цвет класс,а маникюр фууу как у бабы яги😎
2. Цвета офигительные, нужно поменять стиль, форму и длину ногтевой пластины, что бы действительно смотрелось классно!!
3. Ярко-оранжевый)попробуйте миндальную форму сделать,на такую длину-идеально
4. Форму менять надо  
А так цвет персиковый мне нравится
5. Мне все нравятся цвета. Ногти вообще ни одни не нравятся на руках
6. Кайф ,все как я люблю !красные самый огонь
7. Персиковый лучше всего
8. 2 цвет нр
9. 2 лучше всего выглядит...
- 10.Чутьочку короче и все красивые
- 11.Вообще,цвета все крутые,но ногти бррррр и от этого кажется будто все не очень(  
Выбираю из предложенных 🍎
- 12.Супер форма и длина класс
- 13.Салатовый🔥
- 14.Мне все нравятся
- 15.Все красивые
- 16.Цвета все, форма ногтей не оч
- 17.Персиковый👍
- 18.тату понравилось
- 19.Все огонь!!!!
- 20.все цвета красивые,форма ногтей тоже отличная
- 21.Цвет более , менее на такую длину ногтей - зелёнеенький
- 22.Цвета все. Форма ужас
- 23.😁
- 24.Обрезать ногти и все цвета будут смотреться красиво!)
- 25.Очень
- 26.Вот кто понастоящему Мисс Вселенная. И актриса потрясающая 👍👍  
👍🍏🍏🍏



27.Блин,мне нравится! 🍷💋

28.Шикарная женщина)



29.

30.Да) 👍

31.Очень

32.Дааааа!!!! 🤩🤩

33.Лучшая

34.Красавица!!!

35.Шикарна 🤩

36.Обожаю 🤩

37. 🤩🤩🤩

38.Красота страшная сила! 🤩

39.Для меня она Маргарита теперь!

40.Красавица, всегда приятно её видеть!!

41.Да, особенно она хороша в Мастер и Маргарита

42.Просто красавица и умница и актриса хорошая.

43.Очень очень обожаю! 🤩

44.Хороша

45.Ее Мария Сергеевна Швецова стала для меня примером. Обожаю

46.Маргарита 🔥🔥🔥🔥

47.Обожаю!!!! 🤩



48.

49.Тайны следствия шикарны!

Много раз пересматривала и ещё столько же могу пересмотреть!

50.Люблю ее, просто мой типаж ,наверно

51.В общественном транспорте зае#сь 🤩🤩🤩

52.Конечно!

53. Нравятся. Особенно раннее творчество.

54. 🔥🔥🔥🔥🔥



55.

56. Она молодечик! 👍👍👍



57.

58. Великая❤️
59. Сама нет! Но песни есть хорошие. И ничего в ней великого не вижу.  
Есть голоса гораздо лучше, а ее прям вознесли👏
- 60.Примадонна, была и будет!
- 61.Она пела до 2000 года,там была её душа,а потом уже всё у неё истрепалось,особенно голова,где мозг ,пошёл в обратку.
62. Херасе у неё ножки какие красивенькие😊
63. нет, но она сама и её взгляд на жизнь нравится
64. Таких ярких, трудяг, талантов - штучно! Долгих лет, Примадонна!
- 65.мне кажется ей на пользу пошла эта работа, она похорошела  
однозначно )
66. Да она просто молодец
- 67.Классная!!!!
68. она искренняя, настоящая, без искусственных движений и поведения,  
это и цепляет.
69. моя любимая ведущая
70. А мне нравится😊
71. Классная😊👏
72. Крутая Леся, естественная и прикольная даже со своим гэгэгэ
- 73.Украинская телеведущая,очень классная))))))
- 74.Да, она определённно классная
- 75.Прикольная
- 76.Я её обожаю
77. Какая прелесть 😊
- 78.Как в детстве😊
- 79.мужчина на 3м фото прям порадовал👏
- 80.Пхаа 😂🔥
- 81.😊
- 82.Прикольная )
- 83.потешная тётка👏не каждая так сможет оригинально поржать над этими  
гламурными курицами
- 84.Тамара, да нет...есть в ней что то эдакое))
- 85.Какая же она класснющая!
- 86.Как ее зовут? Классная👍
87. 😂😂😂
- 88.😊😊😊
- 89.Там оригиналы такие, что грех их не спародировать!!! 👍👍👍

90. Костюм таракана это мощь
91. Она клевая
92. Суперская
93. Юлия, жесь? А в чем дело?! Поет отлично. Сыграла в фильме для первого раза очень хорошо
94. Поёт хороши
95. 😊 Юлька ,классная
96. очень,она красавица с такими благородными и элегантными чертами
97. Последнее фото 🔥🔥🔥
98. Фигура огонь
99. Хомячек 😊
100. Прелесть
101. Подарите такого кота мне
102. Очень-очень нравится!
103. Хочется зацеловать этого пухляшку.
104. Хочу
105. Антистресс ❤️❤️❤️
106. симпатяга
107. Пончик милый ))
108. Шотландец, эксклюзивного окраса, цена приблизительно 20000-25000. Я ТОЖЕ ТАКОГО ХОЧУ!!! 😊😊😊
109. Мне нравица Джоли, Ди Каприо.. тот же самый Порье.. а что полезного делает эта мадам??
110. Очень, она красотка!
111. Наталья, у меня начёс не держаться у неё прям так хорошо
112. Очень , мне нравится ! ))) 🍓
113. 👍👍👍
114. 👍👍👍
115. А мне нравится она. Уж по сравнению своими Собчак и Бузовой она самая достойная
116. да -за стремление и рвение
117. Нравится
118. 👍
119. Классная она! Всегда говорит правду! Кому как,но она мне нравится!  
😊
120. да, очень.
121. Yesss
122. Классно смотрится!!!