

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В. Н. КАРАЗІНА
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

На правах рукопису

ХОРОШИЛОВА Вероніка Миколаївна

УДК 811.112.2'42

**СТРАТЕГІЯ ЗАВДАННЯ ОБРАЗИ У НІМЕЦЬКОМОВНОМУ
ДІАЛОГІЧНОМУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ**

Спеціальність 10.02.04 – германські мови

Дисертація
на здобуття наукового ступеня
кандидата філологічних наук

Науковий керівник:
Малая Олеся Юліївна,
кандидат філологічних наук, доцент

ХАРКІВ – 2016

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАВДАННЯ ОБРАЗИ У НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ	14
1.1. Завдання образи як об'єкт дослідження в гуманітарних науках	14
1.2. Підходи до вивчення образи в лінгвістиці	20
1.3. Когнітивно-дискурсивна парадигма як методологічне підґрунтя для вивчення стратегії завдання образи в інтернет-дискурсі	33
1.3.1. Інтернет дискурс як середовище завдання образи	38
1.3.2. Завдання образи як дискурсивна стратегія	43
1.3.3. Оцінка та її роль у стратегії завдання образи	46
1.3.4. Моделі конструювання смислів у комунікації	53
1.4. Методи дослідження стратегії завдання образи в німецькомовному інтернет-дискурсі	58
1.4.1. Одиниці і методи дослідження дослідження стратегії завдання образи	58
1.4.2. Формування дискурсивного матеріалу дослідження	66
Висновки до розділу 1	76
РОЗДІЛ 2. ВЕРБАЛЬНІ І ГРАФІЧНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ЗАВДАННЯ ОБРАЗИ В НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ	80
2.1. Семантичний простір BELEIDIGUNG у сучасному німецькомовному дискурсі	80

2.2. Вербальні і графічні засоби реалізації тактик завдання образи в німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі	86
2.2.1. Тактика дискримінації	88
2.2.2. Тактика приниження	96
2.2.3. Тактика ураження	103
2.2.4. Тактика спаплюження	112
2.2.5. Тактика глузування	119
2.2.6. Тактика дискредитації	125
2.3. Дискурсивні особливості аранжування тактик завдання образи	132
Висновки до розділу 2	139
РОЗДІЛ 3. ДИСКУРСИВНІ ПРОЯВИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ЗАВДАННЯ ОБРАЗИ В НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРИ	143
3.1. Конститутивні особливості інтернет-дискурсу, що впливають на реалізацію стратегії завдання образи	143
3.2. Тролінг та флеймінг як дискурсивні прояви завдання образи	154
3.3. Гіпертекст як дискурсивний прояв реалізації стратегії завдання образи	165
3.4. Інтертекстуальні дискурсивні прояви завдання образи	169
3.5. Креолізація як дискурсивний прояв завдання образи	176
3.6. Відхилення від мовної норми як дискурсивний прояв завдання образи	189
Висновки до розділу 3	194
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	196
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	199
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ДОВІДКОВОГО МАТЕРІАЛУ	237
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	238

ДОДАТОК А. Класифікація тактик у рамках стратегії завдання образи в інтернет-дискурсі	260
ДОДАТОК Б. Розподіл тактик завдання образи за кількістю	270
ДОДАТОК В. Кількісні показники щодо експліцитного чи імпліцитного зазначення об'єкта оцінки та вираження негативної оцінки	272

ВСТУП

Інтернет-простір як специфічне середовище спілкування все частіше привертає увагу дослідників. Необхідність дослідження інтернет-дискурсу обумовлена зростанням соціокультурної ролі інтернет-спілкування, а саме спілкування в соціальних мережах та на форумах [52; 85; 88; 96; 121; 164; 219; 269; 349; 334; 313; 342]. Важливе місце серед студій інтернет-дискурсу посідає опис стратегій і тактик інтернет-комунікації [23; 42; 74; 120; 124; 160; 232; 257; 288; 289; 301; 307; 314; 328; 352].

У когнітивно-комунікативній парадигмі лінгвістики дискурсивні стратегії становлять плідний об'єкт вивчення [9; 21; 27; 39; 65; 87; 101; 103; 115; 118; 129; 144; 150; 163; 171; 178; 187; 199; 200; 266; 204; 297; 309; 347 тощо].

Дискурсивну стратегію ми розуміємо як комунікативний намір мовця і одночасно мовну об'єктивацію цього наміру у дискурсі, що надає йому інтерактивного статусу через осмислення вербалізованого наміру усіма суб'єктами спілкування [199, с. 85].

Інтернет-дискурс ми визначаємо як частину віртуального дискурсу, що характеризується такими самими особливостями, проте є обмеженою виключно інтернет-мережею. Це мисленнєво-комунікативний феномен, єдність процесу і результату мовленнєвої діяльності користувачів інтернет-платформ.

Вивчення особливостей комунікативної взаємодії учасників в межах інтернет-дискурсу вимагає уточнення та поглиблення змісту багатьох лінгвістичних категорій і явищ, у тому числі й таких явищ когнітивної природи, як стратегії і тактики, насамперед конфронтаційної спрямованості, яка є характерною рисою і одним з головних структуруючих факторів сучасної комунікації. Вивчення стратегічного потенціалу конфліктної інтеракції належить до актуальних напрямків сучасного наукового пошуку [51; 119; 129; 151; 171; 183; 187; 200; 223; 247; 261; 264; 331; 242; 281; 286;

298; 303; 320; 270; 319; 312; 355]. Образа як деструктивне комунікативне явище неодноразово привертала увагу дослідників [6; 7; 8; 14; 72; 73; 175; 123; 190; 221; 222; 142; 110; 162; 195; 220; 231; 38; 234; 179; 180; 181; 182; 92; 98; 18; 32; 33; 161; 75; 48; 34; 24; 30; 55; 163; 15; 57; 87; 216; 262; 263; 264; 331; 242; 247; 286; 298; 303; 320; 304; 327; 302; 310; 354], проте особливості реалізації стратегії завдання образи саме у німецькомовному інтернет-дискурсі досі не дістали висвітлення, зокрема не встановлено мовленнєві засоби втілення цієї стратегії та не проведено співвіднесення образи зі спорідненими явищами інтернет-комунікації, такими як флеймінг та тролінг. **Завдання образи** ми розуміємо як конфронтаційну локальну стратегію, реалізовану адресантом з метою завдання емоційного болю адресату через негативну оцінку його особистості у цілому, його окремих характеристик або поведінки. Стратегію завдання образи реалізовано у німецькомовному інтернет-дискурсі за допомогою висловлень, яким притаманні такі ознаки:

- негативна оцінка (експліцитна або імпліцитна) адресата (соціальних груп, до яких він належить / його цінностей / особистих якостей / компетентності / гідності / поведінки);
- адресатом висловлення є учасник комунікативної ситуації, тобто інтернет-користувач, до якого звертається мовець, зокрема через гіперпосилання (на відміну від третьої особи).

Завдання образи може здійснюватися у прямий спосіб (експліцитно), коли соціальна група, до якої належить адресат; його цінності; особисті якості; компетентність; гідність або його поведінка називаються мовцем, або в непрямий спосіб (імпліцитно), коли вони не називаються прямо, а лише імплікуються мовцем.

Актуальність теми дисертації визначається залученням до аналізу мовних проявів стратегії завдання образи у німецькомовному інтернет-дискурсі антропоцентричного підходу, який у сучасному мовознавстві характеризується поєднанням дискурсивного, прагматичного, когнітивного й соціокультурного векторів; а також суттєвою роллю явища образи в сучасній

інтернет-комунікації. Запропоноване дослідження сприяє розв'язанню одного з важливих завдань сучасної германістики – визначенню особливостей реалізації стратегії завдання образи в інтеракції та впливу специфіки інтернет-дискурсу на її реалізацію.

Зв'язок роботи з науковими планами. Тема дисертації відповідає профілю наукових досліджень, що проводяться на факультеті іноземних мов Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна в рамках тем «Проблеми іноземної мови, перекладознавства та методики когнітивно-дискурсивної парадигми» (номер держреєстрації 0109U007962) та «Когнітивно-дискурсивні дослідження мови та перекладу» (номер держреєстрації 0114U004320).

Об'єктом дослідження є висловлення, які реалізують стратегію завдання образи в сучасному німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі.

Предмет дослідження становлять структурно-семантичні й прагмадискурсивні особливості реалізації стратегії завдання образи в німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі.

Відповідно, **мета** дослідження полягає у встановленні структурно-семантичних і прагмадискурсивних характеристик висловлень, які реалізують стратегію завдання образи в сучасному німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі.

Меті дослідження підпорядковано вирішення таких **завдань**:

- окреслити теоретичні засади вивчення стратегії завдання образи в дискурсі;
- розробити комплексну методику дослідження висловлень, які втілюють стратегію завдання образи в сучасному німецькомовному інтернет-дискурсі;
- змоделювати семантичний простір BELEIDIGUNG / ОБРАЗА;
- виопрацювати класифікацію тактик, підпорядкованих стратегії завдання образи;

- встановити лінгводискурсивні особливості втілення стратегії завдання образи в німецькомовному інтернет-дискурсі;
- визначити вплив специфіки інтернет-комунікації на реалізацію стратегії завдання образи в ньому.

Матеріалом дослідження є коментарі з німецькомовного сегменту *YouTube* (вибір здійснювався за популярністю матеріалів), коментарі на сторінках соціальної мережі *Facebook* (розглядалися сторінки потенційно конфліктогенної тематики, зокрема сторінки політичних партій, відомих громадських та культурних діячів), коментарі до електронних версій публікацій новинних порталів *Der Spiegel* та *Die Welt*, обговорення новин на порталі *www.yahoo.de*, різноманітні незалежні форуми та форуми на сторінках популярних періодичних видань *Joy*, *Cosmopolitan*, *Myself* тощо з 2010 по 2016 роки. Масив даних складається з 1200 дискурсивних фрагментів, у яких міститься 2151 випадок реалізації стратегії завдання образи. Їх було дібрано методом суцільної вибірки зі 145-ти тредів (тематичних інтернет-обговорень) загальним обсягом 4600 умовних сторінок.

Методологічною базою дослідження слугують принципи прагмалінгвістики, якій на сучасному етапі розвитку притаманна акцентуація прагмадискурсивного та семантико-когнітивного векторів дослідження мовленнєвої взаємодії [21; 22; 76; 100; 136; 137; 140; 155; 171; 200; 226; 227; 229; 256]. Виконане дослідження методологічно базується на таких **вихідних положеннях**, доведених у лінгвістиці:

- Стратегія є комунікативним наміром мовця, сформованим на підставі використання суспільного досвіду для власних індивідуальних потреб і бажань, і, водночас, мовною об'єктивацією цього наміру [129; 148; 199].
- Образа є локальною стратегією, яка спрямована на завдання шкоди адресатові [22; 144; 163; 201; 261].
- Стратегія завдання образи реалізується у дискурсі, який є інтегральним феноменом – мисленнєво-комунікативною діяльністю, яка

становить сукупність процесу і результату, і включає як екстралінгвальний, так і власне лінгвальний аспект [44; 47; 99; 146; 154; 155; 171; 225].

- Інтернет-дискурс як середовище реалізації стратегії завдання образи є частиною віртуального дискурсу, яка обмежена інтернет-мережею, і становить мисленнєво-комунікативний феномен, єдність процесу і результату мовленнєвої діяльності користувачів інтернет-платформ [52; 121; 124; 160; 284; 314].

Для вирішення окремих завдань розвідки залучаються такі **методи**:

- загальнонаукові (спостереження, опису, індукції, дедукції) – для добору та аналізу мовного матеріалу;
- логіко-семантичні (імплікації, інференції, пресупозиції) – для виведення імпліцитної пропозиції з образливим смислом;
- структурно-семантичний – для виокремлення та класифікації індикаторів стратегії завдання образи, виявлення їхніх структурно-семантичних характеристик;
- лексико-семантичний метод, зокрема узагальнення словникових дефініцій та семної інтерпретації словникових дефініцій – для виявлення ознак поняття *Beleidigung*;
- дискурсивно-контекстуальний – для розкриття стратегічного потенціалу висловлень, що містять індикатори стратегії завдання образи;
- кількісних підрахунків – для встановлення частотності стратегії завдання образи певного типу в німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі.

У роботі верифіковано таку **дослідницьку гіпотезу**: в сучасному німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі стратегію завдання образи реалізовано засобами мови в експліцитний та імпліцитний спосіб шляхом застосування тактик, специфічних для інтернет-комунікації, із залученням графічних засобів.

Наукова новизна дослідження полягає у встановленні структурно-семантичних і прагматичних характеристик висловлень, що реалізують стратегію завдання образи, та у виявленні специфіки реалізації стратегії завдання образи в німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі. Зокрема, **вперше**:

- здійснено опис мовних і мовленнєвих особливостей реалізації стратегії завдання образи в сучасному німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі;
- розроблено класифікацію індикаторів стратегії завдання образи;
- розроблено класифікацію підпорядкованих їй тактик;
- встановлено прототипові аранжування цих тактик;
- виявлено вплив специфіки інтернет-комунікації на реалізацію стратегії завдання образи в сучасному німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі.

У роботі також **уточнено** зміст поняття «образу», що застосовується на позначення мети стратегічної дії, яка спрямована на завдання емоційного болю адресатові.

Наукова новизна отриманих результатів може бути узагальнена в таких **положеннях, що виносяться на захист**:

1. Завдання образи є стратегічною комунікативною дією, різновидом конфлікту як глобальної стратегії, спрямованої на завдання емоційного болю адресату, яка втілюється в дискурсі шляхом породження загального негативнооцінного смислу: «ТИ / ТВОЄ – ПОГАНЕ».

2. Пропозицію, що є підґрунтям смислу висловлення, яким учасник німецькомовного діалогічного інтернет-дискурсу завдає образу своєму комунікативному партнерові, виражено або в експліцитний, або в імпліцитний спосіб. У першому випадку і об'єкт негативної оцінки, і сама негативна оцінка вербалізовані як пропозиційна структура або як окрема лексема, а негативна оцінка входить до семантичної структури значення мовної одиниці. У другому випадку об'єкт не вербалізований та / або

негативна оцінка виводиться інференційним шляхом із залученням контексту.

3. Стратегія завдання образи реалізується в німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі через низку тактик:

1) тактику дискримінації, суть якої полягає в негативній оцінці соціальної приналежності адресата за віком, статтю, расою, національністю, членством в партії, групі за інтересами, конфесійною приналежністю, що базується на опозиції: «МИ-група» :: «ВОНИ-група»;

2) тактику спаплюження, яка зводиться до негативної оцінки цінностей, моралі, віросповідання, філософії, світогляду, смаків, інтересів адресата і базується на ціннісній картині світу адресата;

3) тактику ураження, яка полягає в негативній оцінці різних аспектів структури особи адресата: зовнішності, ментальних здібностей, особистих якостей тощо;

4) тактику дискредитації, що полягає в негативній оцінці компетентності, вмінь, навичок, результатів діяльності адресата;

5) тактику приниження, яка передбачає негативну оцінку честі та гідності адресата;

6) тактику глузування, суть якої полягає в негативній оцінці адресата або його суспільної і комунікативної поведінки через жарт.

4. Стратегія завдання образи має вербальні (лексико-граматичні та синтаксично-пунктуаційні) та графічні індикатори; універсальними індикаторами є займенники, модальні частки, модальні слова; в поверхневій структурі висловлення індикатори стратегії завдання образи можуть бути відсутніми.

5. В інтернет-дискурсі переважає комбінація тактик в одному висловленні або в дискурсивному фрагменті; серед них найчастотнішими є комбінації тактик ураження та дискредитації, ураження та дискримінації, а також тактик спаплюження та дискримінації.

6. Стратегія завдання образи частково перетинається з явищем

псевдотролінгу, що відрізняється від власне тролінгу як провокативної мовленнєвої поведінки мовця, який приховує свої дійсну ідентичність та фактичну інтенцію спричинити шкоду, тим, що мовець не приховує свою ідентичність і позиціонує себе як інтернет-троля, вдаючись до стратегії завдання образи.

7. Найсуттєвішими проявами впливу специфіки інтернет-середовища на реалізацію стратегії завдання образи є: креолізація тексту, гіпертекст та інтертекстуальність, зокрема залучення нікнеймів користувачів.

Теоретичне значення дослідження реалізації стратегії завдання образи в діалогічному німецькомовному інтернет-дискурсі зумовлене його внеском у лінгвопрагматику (визначення експліцитних та імпліцитних способів реалізації стратегії завдання образи), дискурсологію (поглиблення уявлень про особливості діалогічної взаємодії за допомогою висловлень, в яких втілено стратегію завдання образи); теоретичну граматику та лексикологію німецької мови (виявлення лексико-граматичних та синтаксично-пунктуаційних індикаторів стратегії завдання образи); теорію невербальної комунікації (виокремлення графічно виражених невербальних компонентів стратегії завдання образи в інтернет-дискурсі); теорію комунікації та теорію комп'ютерного дискурсу (окреслення тактик стратегії завдання образи, уточнення близьких до стратегії завдання образи явищ тролінгу та флеймінгу, введення поняття псевдотролінгу). Результати дослідження сприяють розробці теорій імплікатур, комунікативних невдач, конфліктології та поглиблюють наукові знання у сфері розмовного дискурсу.

Практична цінність отриманих результатів полягає у можливості їх використання у викладанні курсів із теоретичної граматики німецької мови (розділи «Прагматика речення», «Займенник», «Дієслово», «Прикметник»), лексикології німецької мови (розділи «Фразеологія», «Стилістика», «Словотвірне значення»), риторики (розділ «Основи мовленнєвого впливу»), лінгвокраїнознавства Німеччини, у спецкурсах із лінгвопрагматики, комп'ютерної комунікації, у наукових дослідженнях студентів та аспірантів.

Результати дослідження обговорювалися на засіданнях кафедри німецької філології та перекладу Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Їх **апробація** відбулася на 7-ми міжнародних наукових конференціях:

III Всеукраїнська наукова конференція германістів з міжнародною участю «Германістика у ХХІ столітті: когнітивна, соціо- та прагмалінгвістика» (Харків, 2014); XIV Наукова конференція з міжнародною участю «Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація» (Харків, 2015); Міжнародна науково-практична конференція «Сучасний вимір філологічних наук» (Львів, 2015); Міжнародна науково-практична конференція «Мова, література і культура: актуальні питання взаємодії» (Львів, 2015); XV Наукова конференція з міжнародною участю «Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація» (Харків, 2016); V Наукова конференція з міжнародною участю «Когнітивно-прагматичні дослідження професійних дискурсів» (Харків, 2016); Міжнародній науковій конференції «Urgent Problems of Philology and Linguistics – 2015» (Будапешт, 2015).

Публікації. Основні положення дисертації висвітлено в шести одноосібних статтях, п'ять з яких опубліковано у фахових збірках наукових праць України, одна – у закордонному спеціалізованому виданні, і тезах чотирьох конференцій.

Обсяг і структура роботи. Дисертація складається зі вступу, чотирьох розділів із висновками, загальних висновків, трьох додатків, списків використаної літератури (363 позиції) та джерел ілюстративного матеріалу (145 позицій). Загальний обсяг дисертації становить 275 с. (обсяг основного тексту – 194 с.). У роботі наведено 10 таблиць і 4 рисунки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАВДАННЯ ОБРАЗИ У НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ

1.1. Завдання образи як об'єкт дослідження в гуманітарних науках

Зростання ролі такого соціокультурного явища, як невічливість (вербальна агресія, грубість, конфронтація тощо) в різних сферах буття людини, призвело до стрімкого росту кількості студій, що присвячені вивченню цього явища, не лише в межах лінгвістики, але й в інших гуманітарних науках, а саме у соціології [240; 243; 292; 345; 358], психології [245; 249; 268; 272; 283; 284; 290; 291; 293; 306; 322; 330; 348] і в юриспруденції в межах лінгвістичної експертизи [33; 55; 113; 180; 218].

Незалежно від того, як називають це явище дослідники, спільним змістовим ядром у цих студіях є розуміння такої (мовленнєвої) поведінки, що дисгармонійно впливає на комунікацію і стосунки між комунікантами. Зокрема, А. Бандура підкреслює проблемність визначення таких понять, як гнів, ворожість і, особливо, агресія та невічливість. Спробу надати визначення будь-якому з цих понять він метафорично порівнює із «запрошенням до прогулянки через семантичні джунглі» [243, с. 2]. Проте така прогулянка «виявляє важливі особливості обраного для аналізу феномену» [243, с. 2]. Окрім цього, вчений вважає недоцільним виокремлення інструментального (*instrumental*) та ворожого (*hostile*) типів агресії, що іноді розрізняються як агресія, спрямована на здобуття зовнішньої користі, а не на завдання страждань жертві, та агресія, єдиною метою якої є завдання шкоди іншим. На його думку, так звана ворожа агресія завжди є в певному розумінні інструментальною і націленою на здобуття статусу, влади, ресурсів або іншого типу користі, а не на появу шкідливих наслідків. Наведене розмежування підкреслює різницю між бажаними наслідками, а не концентрується на інструментальності як такій.

У межах **соціальних** досліджень поряд з фізичним насильством виокремлюється вербальна агресія. Приміром, на думку М. Хайден, вербальна агресія може бути симптомом проблемних міжособистісних стосунків [292, с. 55]. «Під поняттям «вербальна агресія» ми розуміємо вербальну дію (або ж дію, що сприймається як така), метою якої є символічне нанесення шкоди іншому або ж така погроза» [292, с. 55-56]. Хоча фізичне насильство не є релевантним для нашого дослідження, релевантним є розуміння насильства у більш широкому розумінні, а саме як «тактики для досягнення певної мети» [292, с. 56]. Насильство в якості тактики досягнення певної мети може розглядатись в двох аспектах: як тактика коєрсивного (насильницького) контролю, що застосовується з метою здобуття чи збереження влади [358], або як конфліктна тактика [345]. Обидві концепції насильства – як дій з метою збереження чи здобуття влади або як конфліктної тактики – мають бути розширені до концепції вербальної агресії, яка, вочевидь, має наслідком моральну та соціальну шкоду принаймні для одного з комунікантів і, як результат мовленнєвої взаємодії, потрапляє до фокусу уваги дослідників неввічливості та образи.

Обидві ці концепції є актуальними для нашого дослідження. Зауважимо лише, що термін «вербальна агресія», яким оперують дослідники, ми розуміємо трохи ширше, включаючи до цього поняття також деякі графічні елементи, зокрема в креолізованих текстах.

У межах **психології** також існує широкий підхід до визначення явища агресії з виокремленням саме нефізичного компоненту. Наприклад, Д. Берковіц визначає агресію як «поведінку, спрямовану на завдання індивіду фізичної або психологічної шкоди» [249]. Схожу широку дефініцію психологічної агресії використовують М. Хільбранд та Т. Шпітц, розуміючи під нею «складне утворення» [290, с. 360], що отримало назву «синдрому АНА!» (*anger, hostility, aggression* – гнів, ворожість, агресія) [350]. Гнів розглядається як емоційний стан, що асоціюється з розвитком ворожого ставлення та агресивної поведінки; ворожість є широким поняттям, що

включає почуття гніву та негативне деструктивне ставлення, яке часто мотивує агресивну поведінку; агресія є неприхованою маніфестацією інтенції завдати комусь шкоду в певний спосіб. До цих дослідників приєднується і К. Бйорквіст, який вважає, що «агресія за своєю природою може бути не лише фізичною, але й набувати численних інших форм» [250, с. 191-192]. При цьому дослідник зазначає, що агресія може бути зумовлена не лише недостатністю соціального інтелекту, але й нестачею емпатії до індивіда за наявності достатнього соціального інтелекту, що зводиться до формули: «*SOCIAL INTELLIGENCE – EMPATHY = AGGRESSION*». У цій формулі нас цікавлять не стільки психологічні передумови виникнення агресії, скільки результат суб'єктивного сприйняття світу індивідом, тобто прояв у мовленні конфронтаційного, ворожого ставлення.

Отже, і в межах психологічних досліджень соціальний, комунікативний та вербальний аспекти опиняються на першому плані.

Агресивна поведінка може бути пов'язана з фрустрацією. З цього приводу, наприклад, Х. Татсукі зазначає: «Фрустрація може приписуватись оточуючому середовищу, об'єкту, певній особі або власне самому суб'єктові. У відповідь на фрустрацію суб'єкт може вдатись до агресивної зовнішньої поведінки, приховати реакцію, переживши її внутрішньо або заперечувати сам факт її існування» [348, с. 1005]. Х. Татсукі, як і Р. Розенцвейг, підтверджує зв'язок між ворожістю та агресією, яка може бути відповіддю на фрустрацію: на відміну від поширеного розуміння ворожості, агресія може бути визначена як «певна форма копінг-поведінки, що результується в конструктивному або деструктивному ефекті» [330, с. 2].

Причини та форми лайливого спілкування, в тому числі феномени, що можуть їх спричиняти, теж ставали предметом розгляду. Зокрема, Т. Джей визначає лайку (*cursing*) як бажання особі лиха та широко використовує цю дефініцію, що також включає такі явища, як використання лайливих (*swearing*) та непристойних (*obscenity*) слів, дражливих імен (*name calling*), профанної (*profanity*) та табуїзованої лексики (*taboo speech*), блюзнірство

(*blasphemy*), образу (*insulting*), вербальну агресію (*verbal aggression*), дискредитацію на підставі етнічно-расових ознак (*ethnic-racial slurs*), вульгарність (*vulgarity*), сленг (*slang*) та брудні жарти (*scatology*) [293, с. 9]. Т. Джей наполягає, що саме «подія образи» (*offending event*) може спричиняти подібну мовленнєву поведінку. Образливі події, в свою чергу, складаються з певних основних елементів, що варіюються залежно від ситуації, контексту та індивіда. Основні елементи образливої події включають особу або подію, що викликають гнів, а також соціально-фізичне протікання події. Ці фактори є параметрами гніву, що виражаються через питання: «Хто?», «Що?», «Де?», «Коли?». Параметри, що викликають гнів, можуть варіюватись залежно від особи та від конкретної ситуації [Ibid., с. 98]. У своїй студії дослідник шукає кореляції між подією чи особою, що провокують гнів, та вербальною агресією як реакцією на них. Образлива подія може викликати у адресата фрустрацію, що призводить до контр-образи (образи у відповідь). Зібраний нами матеріал підтверджує це спостереження: у більшості випадків адресат стратегії завдання образи вдається до зустрічної образи.

Серед іншого Т. Джей виокремлює образника не людського походження (*non-human*) та образника – власне «Я» (*self*). В першому випадку йдеться про випадкові природні події, що не пов'язані з людською діяльністю та впливають на використання табуїзованої лексики. У таких випадках людина гнівається та промовляє лайливі вислови, сила образи яких пов'язана зі ступенем образи або шкоди, що їх зазнає індивід; інтенцією таких висловів є вираження фрустрації, а не бажання повідомити про наявність гніву. У другому випадку, коли образником є сам індивід, йдеться про процедуру самокорекції (*self-corrective procedure*). У таких випадках рідко висловлюються повні речення, частіше – окремі лексеми на зразок *Scheiße*.

У психологічних дослідженнях із цієї тематики визначено узагальнену послідовність дій, які виконуються адресатом образи:

1) проводиться аналіз поведінки (наприклад, неочікувана, девіантна, невихована, груба або вульгарна). Поведінку може бути оцінено з точки зору її моральності та легальності;

2) виконується «сканування» мовних засобів з точки зору потенційної образливої їх семантики;

3) здійснюється спроба реконструювати інтенцію мовця щодо завдання образи;

4) оцінюється результат за параметром отриманої шкоди [294].

Зазначимо, що у психологічних дослідженнях вивчається здебільшого вираження лайливих висловів як таке, але залишаються поза увагою комунікативні властивості таких висловів. Зрозуміло, що аналіз поведінки взагалі, тобто немовленневої, залишається поза межами нашого дослідження. Аналіз же мовленневої поведінки починається саме з другого кроку.

Наступний великий блок студій, присвячених дослідженню образи, можна виділити в межах юриспруденції (судово-лінгвістичної експертизи) [18; 32; 161; 182]. Діагностика образи та аналіз «непристойної форми» як кваліфікуючої ознаки правопорушення, на думку Г. Кусова, має включати такі питання: 1) чи присутні в тексті вирази або лексичні одиниці, що містять негативну номінацію особи X? (ідентифікаційна ознака); 2) В яких виразах і лексичних одиницях міститься несхвальна соціальна оцінка індивіда X? (соціальна оцінка, надзвичайно негативна оцінка індивіда); 3) Якою є символіка соціальних цінностей, що аргументують мовленнєвий акт (соціально схвалювані / не схвалювані, значущі, неважливі, хибні), на які посилається контекст виразів, або лексичних одиниць, що містять негативну номінацію індивіда X? (соціальний символізм виразів або лексичних одиниць дозволяє визначити, дійсна, чи уявна образа була використана в мовленнєвому акті) [113].

Схожу схему аналізу пропонує і К. Бриньов: у юридичному аспекті образа являє собою навмисне приниження честі й гідності індивіда, що виражене в непристойній формі, а для її кваліфікації необхідно відповісти на

такі питання: 1) Чи міститься у висловленні негативна інформація про X?; 2) Чи виражено оцінку в непристойній формі, внаслідок чого це суперечить нормі та правилам поведінки, що прийняті в суспільстві?; 3) Чи носить висловлення по відношенню до X образливий характер? І лінгвістами, і юристами образа оцінюється з точки зору її суспільної небезпеки та загрози ураження гідності в термінах вини, яка в кримінально-правовому аспекті можлива у формі умисної дії або необережності [33, с. 74-75].

На нашу думку, юридичний підхід через свою природу є надто вузьким для лінгвістики, оскільки зводиться до простої формули: «Ти є X», де X – образлива характеристика індивіда, що сформульована з використанням неприємних, принизливих слів, які мають негативне оцінне значення, зокрема обценної лексики. Фактично така формула відповідає інвективі [235, с. 218-219] і потрапляє до нашої уваги лише як один з можливих варіантів завдання образи.

Необхідно зазначити, що доволі часто завдання образи (як цілеспрямована дія) та власне образа (як результат – індивідуальна, суб'єктивна, психоемоційна реакція) ототожнюються [182]. Антецедентна подія та реакція часто мають безпосередній зв'язок, проте не у всіх випадках. Нас, в першу чергу, цікавлять способи завдання образи; перлокутивною метою таких дій дійсно є вплив на адресата, проте такий вплив може і не відбутись через низку умов, але необхідним є розпізнавання перлокутивного наміру мовця адресатом.

Судову лінгвістичну експертизу цікавлять однозначні і безпосередні індекси образи. Образа розуміється не як негативна характеристика окремої особистості, а як спростування цінності честі й гідності конкретного індивіда як загальнолюдського надбання [34]. На нашу думку, таке розуміння образи скоріше зводиться до дискримінації, ми ж розглядаємо дискримінацію лише як одну з тактик завдання образи. Основним завданням діагностики образливості в судовій лінгвістичній експертизі є виявлення «точки перетину» семантично-термінологічних полів лінгвокультури і диспозиції

правової норми. Наголосимо, що для лінгвістичної експертизи суттєвим є розмежування понять оцінки як суб'єктно-об'єктного відношення і цінності як фіксації найзагальніших типів відносин між суб'єктами будь-якого рівня. Для кожного виду номінації соціальної діяльності та пов'язаної з ним групи цінностей в якості критерію оцінки висувається певний узагальнений образ, взірець, стереотип: правило, норма, ідеал і т. ін., формальні та неформальні регулятори соціального життя [161].

Як бачимо, в різних сферах гуманітарного знання у якості невід'ємних складників образи як соціального та лінгвістичного явища розглядаються наявність інтенції та аксіологічна складова.

Представники різних гуманітарних наук дивляться на образу як на прояв ворожості [35, с. 61], як форму агресії [84, с. 302; 158, с. 29], або як на частину насильства [141, с. 220-221]. Нас цікавлять виключно мовленнєві прояви, певний мовленнєвий результат, а не емоційний стан або психічні характеристики індивіда, що спричинили агресивні висловлення. Окрім цього, у визначенні власне агресивної мовленнєвої поведінки можна виокремити два підходи: 1) такий, що ґрунтується на оцінці поведінки, – це будь-який тип поведінки, яка шкодить іншому [90; 255]; 2) такий, що ґрунтується на наявності наміру, – це будь-яка дія, метою якої є завдання шкоди іншому [105; 248].

Оскільки, на нашу думку, комунікація завжди є телеологічною, ми вважаємо невиправданим нехтувати наміром (хоча його наявність неможливо спостерігати безпосередньо), проте погоджуємось і з тим, що результатом агресивних мовленнєвих дій є нанесення шкоди адресату.

1.2. Підходи до вивчення образи в лінгвістиці

Численні лінгвістичні студії присвячено вивченню образи в різних аспектах, зокрема з позицій: 1) етнокультурологічних особливостей формування й функціонування інвективної лексики в різних лінгвокультурах

[72; 176; 123; 193]; 2) теорії оцінних мовленнєвих жанрів – схвалення та засудження [6; 20; 41]; 3) аналізу стилістики «нонстандарту» тексту [97]; 4) оцінки поведінки людини з точки зору емотивної та експресивної лексики мови, що описує систему «лексичних оцінок» [8; 189; 221; 222; 14; 142; 110 та інші]; 5) аналізу «афективного» мовлення [131]; 6) вербальної агресії [7; 73; 162; 196; 220; 231]; 7) комунікативного тиску [38; 179; 234]; 8) морального впливу [92]; 9) комунікативного кодексу [98] або аксіологічного кодексу мовної особистості, що складає ціннісну основу культури суспільства та являє собою комплекс норм поведінки в суспільстві, які визначають соціальний статус людини [92]; 10) лінгвокриміналістичного аналізу [18; 161; 180; 181; 182]; 11) аналізу етнокультурологічних особливостей та фреймових складових концептів «кривда», «образ» [75; 48]; 12) аналізу стратегій завдання шкоди самоповазі при описі концепту «самоповага» [78]; 13) аналізу комунікативно-прагматичних та лінгвостилістичних аспектів реалізації вербальної агресії в парламентському дискурсі [34]; 14) аналізу висловлення-образи в комунікативно-функціональному аспекті [170]; 15) конфліктного дискурсу [24; 30; 55; 163; 194; 199; 238; 257; 323; 281]; 16) аналізу стратегій і тактик дискурсу упередження та опозиції «свій – чужий» [267; 353; 356; 15; 22; 57; 69; 87, 216;] та 17) теорії невічливості [119; 239; 242; 244; 251; 251; 258; 261; 262; 263; 331; 247; 286; 298; 303; 320; 304; 327; 302; 276; 318; 346; 316; 282; 270; 310; 319; 354; 355; 343; 340; 349].

Наразі вже досліджено концепт ОСКОРБЛЕНИЕ (ОБРАЗА) як прояв вербальної агресії [72, с. 7]: формально він включає в себе всю гаму емоційно-оцінної лексики в прямій формі або у формі алюзії. Проте лише інвективне вживання слів містить в своєму вираженні суміжні поняття непристойного та позамежного з точки зору загальноприйнятної поведінки. Якщо інвективний узус визначається як когнітивна модель поведінки людини, то «образ» у низці досліджень – це мовленнєва номінація власне дії, обумовленої факторами, метою яких є зміна міжособистісних стосунків

зазначеним наміром. Іншими словами, вважається, що образа – це акт, за допомогою якого досягається домінантне положення особи [113] (зазначимо, що у нашій роботі ми використовуємо на позначення наміру мовця термін «завдання образи», саму ж «образу» розглядаємо як результат (стан адресата)).

Для нашого дослідження таке уявлення про образу не є актуальним; ми розглядаємо стратегію завдання образи як самодостатню дію, а не як засіб досягнення влади тощо. Оскільки інтернет-комунікація відрізняється нівелюванням статусної переваги в умовах спілкування «рівний – рівний», в нашому дослідженні не йдеться про мету продемонструвати владу або звільнитися від її тиску.

Необхідно відмітити певну термінологічну розмитість, що існує в межах лінгвістичних досліджень деструктивної мовленнєвої поведінки. Грубість, неввічливість та інші явища, що потрапляють до того ж концептуального поля, отримали назви «позитивної або негативної образи (*positive and negative aggravation*)» [303, с. 622-632]; «образу / погіршення стосунків (*aggravation*)» [258, с. 456-461]; «нанесення шкоди «обличчю» (*aggravating the face*)» [327, с. 22-26]; «грубість / образливість (*rudeness*)» [304, с. 103-104; 296, с. 208-211]; «атака на соціальне «обличчя» (*face-attack*)» [242, с. 281-290]; «неввічливість (*impoliteness*)» [260].

Образу як конфронтаційну дискурсивну стратегію вивчала в когнітивному векторі О. Сідак на матеріалі англомовного політичного дискурсу. За її визначенням, нанесення образи політичному опоненту є поверхневим комунікативним наміром, реалізація якого є інструментом втілення глибинного стратегічного наміру мовця-політика, що полягає у здійсненні впливу на електорат задля здобуття / утримання влади шляхом руйнації іміджу політичного опонента та конструювання власного позитивного іміджу. Серед конфронтаційних тактик, у яких реалізується комунікативний намір руйнації іміджу політичного опонента дослідницею виокремлено тактики дискваліфікації, дискредитації й дискримінації [163, с. 57-60].

Образу як засіб впливу на рівні тактики в межах стратегії дискредитації як семантичного типу мовленнєвих стратегій розглядала О. Іссерс [87]. Ця тактика передбачає експліцитну негативну характеристику особи, тобто на мовленнєвому рівні за рахунок образливих висловлень відбувається применшення інтелектуальних, моральних, професійних, фізичних якостей опонента [87]. Дослідниця пропонує оцінювати успіх відповідної стратегії дискредитації за результатами мовленнєвого впливу, тобто за перлокутивними ефектами: адресат образився, почувається об'єктом насмішки тощо. Ми вважаємо такий критерій ненадійним, оскільки психічний стан адресата здебільшого є закритим, а експліцитна оцінка свого стану з боку адресата – явище, що рідко трапляється в комунікації.

Одним з найпотужніших напрямів сучасної західної науки, який, зокрема, вивчає явище образи є так звана школа невічливості. Теорія (не)ввічливості спирається на поняття «обличчя» (*face*), вперше введене у науковий обіг соціологом Е. Гоффманом, який визначив його як певне суспільне уявлення, яке створюється в процесі спілкування та не є певною якістю, притаманною особистості [275, с. 5].

Зміст поняття «обличчя» трансформується в роботах П. Браун та С. Левінсона [354], Г. Спенсер-Оуті [343] та Р. Арндейла [239]. За П. Браун та С. Левінсоном, «обличчя» – це уявлення людини про себе, воно є статичним і монолітним [254, с. 97, 305]. Спираючись на модель спілкування П. Грайса, що ґрунтується на принципі кооперації та визначає спілкування як цілеспрямовану і раціональну діяльність [279], П. Браун та С. Левінсон у своїй моделі ввічливості пропонують виділити два аспекти «обличчя»: позитивний та негативний. Відповідно, визначаються стратегії позитивної та негативної ввічливості. Цей підхід пояснює відхилення від головного кооперативного принципу.

Позитивне «обличчя» – це «позитивна складова самообразу, визначальною для якої є бажання, щоб цей образ цінували та схвалювали» [254, с. 61]. Негативне «обличчя» характеризується прагненням людини

«захистити свої межі, статус, право на особисту недоторканність, на свободу дій та свободу від примусу» [254, с. 61]. Збереження і захист «обличчя» здійснюються за допомогою ввічливості [див., наприклад, 125]. Д. Бусфілд формулює це так: «Існують певні індивідуальні очікування індивіда (внутрішні, когнітивні, історичні) щодо конструювання обличчя, проте конструюється воно лише в інтеракції (ззовні, сумісно, протягом певного часу) між індивідом і його партнером по інтеракції» [251, с. 42].

За М. Теркурафі, індивіди також не можуть мати, набувати чи втрачати «обличчя» самі по собі, «обличчя» створюється лише під час інтеракції. До того ж існують ситуації, коли мовець з різних причин має достатню силу, щоб «не перейматись» «обличчям» [349].

З огляду на наявні теорії, ми під «обличчям» розуміємо мультиаспектний феномен, «позитивна» складова якого, а саме потреба в позитивному сприйнятті іншими, опиняється у фокусі нашої уваги.

У теорії ввічливості П. Браун та С. Левінсон окрім поняття «обличчя» (позитивного і негативного) вводять таке поняття, як «акт, що загрожує обличчю (*FTA*)», та наводять стратегії і тактики, спрямовані на пом'якшення таких актів [254]. Ввічливість поділяється на позитивну, тобто спрямовану на позитивне «обличчя» адресата, та негативну – спрямовану на негативне «обличчя». Відповідно, і стратегії ввічливості розподіляються на позитивні та негативні, залежно від того, на який з аспектів «обличчя» вони спрямовані.

Стратегій позитивної ввічливості П. Браун та С. Левінсон виділяють п'ятнадцять [254, с. 102]: 1) помічай адресата, звертай на нього увагу, приділяй увагу його інтересам, бажанням, потребам, відмічай його чесноти; 2) перебільшуй (цікавість, схвалення, симпатію по відношенню до адресата); 3) демонструй підкреслену цікавість до адресата; 4) використовуй маркери належності до певної групи; 5) прагни досягнення згоди; 6) уникай появи незгоди; 7) припускай, встановлюй, констатуй спільність; 8) жартуй; 9) стверджуй, припускай розуміння і стурбованість мовця щодо потреб адресата; 10) пропонуй, обіцяй; 11) будь оптимістичним; 12) залучай до

діяльності як мовця, так і адресата; 13) надавай інформацію або питай про причини; 14) припускай або стверджуй взаємність; 15) задовольняй потреби адресата (у вигляді матеріальних подарунків, співчуття, розуміння, співпраці).

Негативна ввічливість реалізується у десяти стратегіях: 1) використовуй конвенційну непрямість; 2) став запитання, будь ухильним; 3) будь песимістичним; 4) мінімізуй ступінь примусу; 5) демонструй поважливе ставлення; 6) вибачайся; 7) деперсоніфікуй мовця і адресата; 8) представляй акт, що загрожує «обличчю», як такий, що потрапляє до загального правила; 9) використовуй субстантивацію; 10) висловлюйся так, ніби мовець отримав послугу від адресата або ніби мовець не робить жодної послуги адресату [254, с. 131] (тут і далі за текстом для зручності читання ми використовуємо слово мовець на позначення адресанта висловлення).

На теорії ввічливості ґрунтуються і певним чином її розширюють моделі неввічливості. Авторами основних моделей неввічливості є Л. Лахеніхт, Дж. Калперер, Д. Бусфілд та П. Остін.

Якщо у моделі ввічливості метою мовця є збереження або покращення «обличчя» адресата, то у моделях неввічливості мета мовця є протилежною, тобто пошкодження «обличчя» адресата.

За «піонером» серед студій, присвячених неввічливості, Л. Лахеніхтом [303], виокремлюються такі глобальні стратегії образи (дві з них входять до моделі П. Браун та С. Левінсона, а дві інші є віддзеркаленням цієї моделі):

- 1) Прихована стратегія образи (неявні образи, інсинуації, натяки, іронія);
- 2) явна стратегія образи (прямі акти, що загрожують «обличчю»);
- 3) стратегія позитивної образи (спрямована на пошкодження позитивного «обличчя» адресата, якому демонструють, що його не цінують, схвалюють, не приймають як свого і не збираються йому допомагати);
- 4) стратегія негативної образи (спрямована на пошкодження негативного «обличчя» адресата, втручання в його особистий простір).

Проте, слід зазначити, що за номінацією «образа» в моделі Лахеніхта стоїть більш широке поняття, аніж те, що виражається стратегією завдання образи як підтипу неввічливості, реалізацію якої ми вивчаємо в своїй студії.

Модель Дж. Калпепера [264] створена незалежно від моделі Л. Лахеніхта, проте дуже на неї схожа і містить такі глобальні стратегії:

1) явна неввічливість – мотивом для реалізації цієї стратегії є намір мовця нанести шкоду «обличчю» адресата (у моделі П. Браун та С. Левінсона відповідна стратегія застосовується без наміру мовця нанести шкоду);

2) позитивна неввічливість – стратегія спрямована на пошкодження позитивного «обличчю» адресата. Вона реалізується у низці локальних стратегій, серед яких: використання недоречних маркерів ідентичності (*Use inappropriate identity markers*); спричинення дискомфорту адресата (*Make the other feel uncomfortable*); використання табуйованих форм мови, різкі висловлення проти адресата (*Use taboo language – swear, be abusive, express strong views opposed to H's*); обзивання, використання принизливих номінацій (*Call H names – use derogatory nominations*);

3) негативна неввічливість – стратегія спрямована на пошкодження негативного «обличчя» адресата. Серед локальних стратегій, у яких вона реалізується, можна назвати: приниження, кепкування чи висміювання – підкреслення влади мовця над адресатом, применшення адресата чи його позиції, висловлення презирства, недооцінювання, неприйняття адресата всерйоз (*Condescend, scorn or ridicule – emphasize own power, use diminutives to other (or other's position), be contemptuous, belittle, do not take H seriously*); відкрите пов'язування адресата з чимось негативним – персоналізація, використання особових займенників «я» і «ти» (*Explicitly associate H with negative aspect – personalize, use pronouns, 'I' and 'you'*);

4) сарказм або удавана ввічливість – якої шкода «обличчю» наноситься мовленнєвими актами, що містять маркери ввічливості з підкресленням мовцем нещирості цієї ввічливості;

5) нестача ввічливості – мовець не застосовує ввічливість там, де вона очікується.

Дж. Калпепер також виокремлює удавану неввічливість (*mock impoliteness*), що реалізується у висловленнях які мають маркери неввічливості, проте не сприймаються адресатом як образливі, а навпаки, сприяють зближенню комунікантів [251, с. 136].

За Д. Бусфілдом, існують дві глобальні стратегії неввічливості:

1) явна неввічливість передбачає три способи реалізації: а) атака на «обличчя» співрозмовника; б) конструювання «обличчя» співрозмовника негармонійним чи конфліктним чином; в) відмова визнавати потреби, бажання та права співрозмовника. Ці три способи реалізації можуть комбінуватися і застосовуватися одночасно;

2) прихована неввічливість передбачає непряму загрозу «обличчю» адресата, що реалізується за допомогою імплікатури. Сарказм і нестачу ввічливості Д. Бусфілд відносить саме до цієї глобальної стратегії [251, с. 95]. Д. Бусфілд також розширив перелік локальних стратегій неввічливості Дж. Калпепера, збагативши його, зокрема, локальною стратегією критики, несхвалення адресата, його дій або відмови діяти, сутностей, що пов'язані з «обличчям» адресата (*Criticize – dispraise h, some action or inaction by h, or some entity in which h has invested face*) [251, с. 126].

Тут треба дати пояснення щодо використання терміну «сарказм». Дж. Калпепер і Д. Бусфілд називають сарказмом одну зі стратегій неввічливості. Ми ж розглядаємо сарказм (поряд з іронією) як один із засобів, що використовується у реалізації тої чи іншої тактики завдання образи. Проте слід уточнити, що сарказм, за традицією, досить часто визначають у вузькому значенні – як вищий ступінь іронії. Ми під цим терміном розуміємо більш широке явище. З іронією його споріднює лише неспівпадання двох планів: вираження та змісту. Але, на відміну від іронії, сарказм припускає можливість «самовикриття» мовця, коли той на закінчення фрази відмовляється від двоплановості, прямо висловлюючи свою

думку. Друга риса сарказму – його підвищений емоційний тон (на відміну від відносно спокійної іронії). І, нарешті, сарказм у багатьох випадках вимагає враховувати загальний контекст, а також позамовні фактори, що супроводжують висловлення. В наведеному нижче прикладі користувач *genauHingeschaut* закінчує першу частину своєї нібито схвальної (формально) репліки на адресу *CommentatorDeluxe* вказівкою на відсутність підстав для такого схвалення. Після цього друга частина його репліки із самого початку сприймається як саркастична:

(1) *<genauHingeschaut> + CommentatorDeluxe: Na, da hält sich jemand für so richtig geistreich, was? Und ein kleiner Poet sind wir auch noch. Zu niedlich. Was für tolle Fakten sind denn das? Mit richtigen Argumenten hast du es auch nicht so.*

Und was war das letzte Buch, was du gelesen hast? «Hobby-Psychologie für Dummies»? <...> Zu deiner einfältigen Art, die du versuchst, hinter der doof-arroganten Fassade zu verbergen, passt deine Denkweise ganz gut.

(<https://www.youtube.com/watch?v=1xicOpW7P-U>)

Окремо варто зазначити, що стратегії рідко реалізуються поодинокі, до того ж часто важко розрізнити, на який саме аспект «обличчя» – позитивний чи негативний – спрямовано акт загрози. Окрім цього, в моделях різних дослідників назви локальних стратегій подекуди співпадають із назвами глобальних стратегій у класифікаціях інших дослідників: наприклад, одна із локальних стратегій, що входить до стратегії позитивної образи моделі Л. Лахеніхта, а саме використання негативної ввічливості, співпадає із аналогічною назвою глобальної стратегії негативної ввічливості в моделі П. Браун та С. Левінсона.

Отже, в межах теорії (не)ввічливості завдання образи не виділяється в окрему стратегію, хоча, як бачимо, частково покривається деякими локальними стратегіями неввічливості.

У нашому дослідженні завдання образи вперше спеціально розглядається як стратегія, спрямована на спричинення емоційного

дискомфорту адресатові на матеріалі діалогічного німецькомовного інтернет-дискурсу.

Проблемним залишається поняття *інтенції*. За Дж. Калпепером, «неввічливість має місце тоді, коли комунікативна поведінка інтендовано спрямована на завдання емоційного болю, або ж коли вона сприймається як така» [264, с. 36]. Д. Бусфілд під неввічливістю розуміє «конституювання інтендовано неприйнятних (*gratuitous*) та конфліктних актів, що загрожують «обличчю» (*FTA*) та таких, що виконані навмисно» [310, с. 132]. За М. Теркурафі, «неввічливість має місце тоді, коли висловлення не є конвенціоналізованим по відношенню до наявного контексту, воно загрожує «обличчю» адресата, але при цьому слухач не приписує мовцю інтенцію нанести шкоду «обличчю» слухача» [349, с. 70]. Більш того, наявність чи відсутність інтенції у мовця, за Дж. Калпепером, є критерієм для розрізнення неввічливості та грубої поведінки. У першому випадку йдеться про образу, що інтендована мовцем (як результат навмисно деструктивної взаємодії/*negatively-oriented relational management*), а в другому – про образу, що мовцем не інтендувалась (як результат невдалої взаємодії/*relational mismanagement*) [264, с. 31]. Нас цікавлять саме образливі висловлення, які є інтендованими або сприймаються як інтендовані.

Зауважимо, що жодне висловлення не може бути образливим чи необразливим поза контекстом. Інтерпретація, яка включає розпізнавання чи приписування мовцеві інтенції нанести образу, має відбуватись виключно з урахуванням контексту в широкому розумінні та певних дискурсивних норм, що самі по собі не є стабільними: з одного боку, вони безперервно виробляються членами дискурсивної практики, з іншого – ці норми визначають очікування щодо мовленнєвої поведінки [311, с. 8].

Одразу зробимо зауваження: такі складові контексту, як влада (*power*), дистанція (*distance*) та ступінь втручання (*rank of imposition*) [317, с. 14]; а також такі параметри комунікативної особистості, як

біологічна стать, вік, рівень освіченості, професійна приналежність, соціальний статус, соціальна роль (окрім комунікативної та психологічної ролі та психологічного стану) [198, с. 152-173] до нашого аналізу не потрапляють через особливості інтернет-середовища, де відсутній безпосередній контакт із комунікативним партнером, а ідентичність конструюється на розсуд користувача. Проте кожний користувач існує в певному контексті, має власний досвід і уявлення про світ, в тому числі про норми комунікативної поведінки. За Дж. Калпепером, релевантними для індивідуума X під час інтеракції є 4 типи норм:

- особисті норми, що базуються на соціальному досвіді X (під якими дослідник розуміє, зокрема, енциклопедичні, концептуальні знання про світ);

- культурні норми, що базуються на досвіді X в певній культурі;

- ситуативні норми, що базуються на досвіді X в певній ситуації в певній культурі;

- контекстуальні норми, що базуються на досвіді X в певній інтеракції, в певній ситуації, в певній культурі (тобто лінгвістичні норми) [264, с. 30].

Вважаємо, що ці норми є наріжними для розпізнавання учасниками комунікації наміру завдати образу.

Наступним питанням, яким задавались дослідники, є проблема суб'єктивності в трактуванні образи, а також розмежування стратегічної та емоційної / афективної поведінки.

Наприклад, у спілкуванні з близькими і друзями використання табуїзованої лексики часто не сприймається як образливе. У певних типах дискурсів, як ми вбачаємо із зібраного матеріалу, наявність емотивно забарвленої лексики не є «симптомом» наявності стратегії завдання образи.

М. Кінпоїнтнер звертає увагу на важливу роль емоцій, які на рівні психофізичних процесів впливають на нашу поведінку. Він зазначає певні тенденції до вибору тієї чи іншої стратегічної лінії під впливом емоцій:

страху, злості, жалю, заздрості, ревнощів та ін. Негативні емоції підштовхують комуніканта до неввічливих формулювань [299].

Наріжним залишається і питання диференціації емотивного спілкування та стратегії завдання образи у разі використання табуїзованої лексики: приміром, використання табуїзованої лексики може бути кваліфіковане як образливе незалежно від того, чи воно було спрямоване на адресата, чи просто мало місце у спілкуванні як факт [293]. У той же час Дж. Калпепер, наприклад, вважає, що використання табуїзованих мовних засобів – це більшою мірою лише симптом емотивного спілкування, а не стратегічна дія [261]. Проте існують випадки стратегічно спрямованого використання табуїзованих мовних засобів, на відміну від емоційних вибухів, які «інкапсульовані» в поняття грубість, і провести чітку межу між навмисним використанням табуїзованої лексики та результатом втрати контролю над собою досить важко. В якості критерію розмежування цих двох типів комунікативної поведінки різні дослідники використовують поняття інтенції та адресності, тобто спрямованості / неспрямованості дії на конкретну особу.

Окрім цього, на користь дискурсивної природи образи свідчить і зауваження В. Шаховського про те, що «не кожна семіотична образа є образою семантичною та прагматичною, тобто образливий за семіотикою знак не є образливим за своєю семантикою та ситуацією» [223, с. 15]. Часто трапляється і навпаки. Образливий перлокутивний ефект від інвективи залежить від багатьох факторів: джерело образи не є авторитетним для адресата, він не сприймає серйозно інвективу, не бажає ображатися тощо. У межах емотивної лінгвоекології В. Шаховський намагається розв'язати проблему розмежування власне образи та афективного експлікативу, звертаючи особливу увагу на зростання емоціоналізації та експресивізації спілкування, а також на те, що образа не завжди є деструктивною та виключно принизливою. Не завжди зовнішній прояв почуттів співпадає із реальними емоціями. Важливо підкреслити, що як публічні, так і

міжособистісні конфлікти можуть відбуватись на двох рівнях: емоційному та раціональному – у випадку наявності високого емоційного інтелекту. Існують формальні маркери адресності образи, як, наприклад, специфічні синтаксичні структури (*Was für ein(e) / du / so ein(e) + Invektive*), образливі прецедентні імена та події (*Holocaust, Hitler, Judas etc.*), лайлива лексика та фразеологія, оскільки для деяких людей лайка є образливою незалежно від ситуації. Багатовекторність інвективів проявляється у вживанні їх задля самовираження та каналізації емоцій, а не завдання образи. Проте така мовленнєва поведінка може залишатись шкідливою, травмувати психіку, провокувати агресію та створювати конфліктну ситуацію. Велику проблему являють собою критерії ідентифікації образи. В. Шаховський окрім іншого пропонує у якості основної ознаки для кваліфікації висловлення як образливого виокремлювати опозиції: «навмисність – ненавмисність» «адресованість – неадресованість».

Підводячи підсумки цього короткого огляду, зазначимо, що певного усталеного та загально визнаного підходу до вивчення явища образи в лінгвістичній науці досі не сформувалося, насамперед через велике розмаїття концепцій, які так чи інакше торкаються цього феномену. На матеріалі діалогічного німецькомовного інтернет-дискурсу завдання образи досі спеціально не розглядалося як стратегічна дія, спрямована на спричинення емоційного дискомфорту адресатові.

1.3. Когнітивно-дискурсивна парадигма як методологічне підґрунтя для вивчення стратегії завдання образи в інтернет-дискурсі

Когнітивно-комунікативна парадигма, на відміну від механістичної, базується не на філософії раціоналізму, а на ідеях постмодернізму та постструктуралізму. Це означає, що в антропоцентричному підході зберігаються принципи функціональності, експланаторності та

експансіонізму, але принцип інтерпретаціоналізму замінюється принципом соціального конструкціонізму [67; 128; 139].

«Відправним пунктом дискурсаналітичних підходів є встановлення структуралістської та постструктуралістської філософії в тому, що ми отримуємо доступ до реальності через мову. За допомогою мови ми створюємо репрезентації реальності, що не просто відображують те, що в ній міститься, але й конструюють її» [89, с. 29].

Окрім зазначених загальних принципів, характерних для соціального конструкціонізму, всі підходи до аналізу дискурсу демонструють спільні погляди на мову і суб'єкт. Мова – це не простий канал передачі інформації (як в кодовій моделі комунікації) і не просте відображення реальності, а механізм, що генерує та конституює соціальний світ і соціальні ідентичності; мова структурована в патерни або дискурси, що створюються та трансформуються в дискурсивній практиці. Як саме це відбувається, дослідники намагаються з'ясувати за допомогою аналізу специфічних контекстів, в яких функціонує мова [89, с. 30-35]. Зосередження уваги на аспекті вживання мови породжує дихотомію «текст-як-продукт – дискурс-як-процес», на базі якої, в свою чергу, виокремлюються протиставлення: «структурність – функціональність», «статичність – динамічність», «віртуальність – актуальність» [225]. При цьому один текст може бути реалізацією різних дискурсів. Дискурс включає ментальні, соціальні, життєві простори комунікантів [137, с. 140].

Стосовно ж власне визначення терміну «дискурс» серед дослідників немає єдності. Приміром, на думку Н. Міронової, «до теперішнього часу сформувалися два основні поняття дискурсу: 1) дискурс як текст, що актуалізується в певних умовах, і 2) дискурс як дискурсивна практика» [195, с. 12].

В. Чернявська, в свою чергу, зводить розуміння дискурсу до двох типів: 1) «конкретна комунікативна подія, що фіксується в письмових текстах і усній мові, здійснювана у визначеному когнітивно і типологічно

обумовленому комунікативному просторі»; 2) «сукупність тематично співвіднесених текстів» [216, с. 14, 16].

В. С. Григор'єва виокремлює три основні класи використання цього терміну :

1) власне лінгвістичне, де дискурс мислиться як одиниця спілкування, як вид мовної комунікації, як мова, вписана в комунікативну ситуацію (по аналогії з визначенням Н. Арутюнової: «Дискурс – це мовлення, занурене в життя» [11, с. 137]);

2) дискурс як спосіб говоріння в певній сфері (наприклад, політичний дискурс). Цей підхід бере початок від французьких структуралістів і постструктуралістів, передусім М. Фуко, і фокусується на тому, який або чий дискурс [202]. Дослідників в цьому випадку цікавить не дискурс взагалі, а його конкретні різновиди, чисто мовні відмінні риси, стилістична специфіка;

3) дискурс, використовуваний у формальній лінгвістиці, що намагається ввести елементи дискурсивних понять в арсенал генеративної граматики [54, с. 9].

А. Мартинюк, класифікуючи підходи до вивчення дискурсу в межах когнітивно-дискурсивної парадигми [127], визначальним вважає «стиль мислення», яким формується діяльнісний або функціональний напрям вивчення. Останній, в свою чергу, об'єднує два основні підходи: 1) ситуативний, що концентрується на вивченні функцій мовного знака та ситуативних факторів (екстралінгвістичних – прагматичних, соціокультурних, психологічних), які впливають на реалізацію цих функцій [137, с. 12-13], та 2) семіотичний, що трактує дискурс «як соціальні практики лінгвістичного та нелінгвістичного характеру, в основі яких лежать ідеологія або культурні розбіжності» [336, с. 1-2]. На такому розумінні базується критичний аналіз дискурсу.

Ми дотримуємось когнітивно-дискурсивного підходу до аналізу дискурсу, що передбачає єдність його когнітивного й прагматичного аспектів та характеризується недетермінізмом, нелінійністю, системністю й

діяльнісним розумінням досліджуваних явищ [21, с. 10].

Серед прагматичних аспектів аналізу дискурсу слід особливу увагу звернути на ситуацію спілкування, або контекст (в широкому розумінні). Реалізувати стратегію образи можна як конвенційними засобами (конвенційні формули неввічливості [265, с. 2]), так і неконвенційними, тобто визначальну роль для реалізації стратегії завдання образи та передачі когнітивної сутності образи стає саме контекст (в широкому розумінні), в якому відбувається процес інтеракції, протягом якої, на думку Т. ван Дейка, створюється «модель контексту (*context model*)», тобто специфічна ментальна модель, суб'єктивна інтерпретація комунікантами релевантних властивостей (соціальної, інтеракційної або комунікативної) ситуації, в якій вони взаємодіють [267, с. 24]. Крім того, ці моделі – схематизовані (вони базуються на спільних, культурно обумовлених та конвенційних категоріях, що уможливають швидку інтерпретацію актуальної комунікативної події, таких як час, місце, комуніканти (та їхні чисельні ідентичності та ролі), дії, цілі та знання) та динамічні [267, с. 16-17]. Рівні контекстів певним чином співвідносяться з різними підходами до дискурсу: від широкого до вузького, від макро- до мікрорівня, від формального та об'єктивістського (неактуального для нашого дослідження) до функціонального і конструктивістського (та суб'єкцентричного). У конкретному дискурсі одночасно активуються і знання про тип та жанр дискурсу, конструюється модель контексту та смисли комунікативних внесків в результаті їхньої інтерпретації за допомогою когнітивних процесів та залучення енциклопедичних знань.

Таким чином, під дискурсом ми розуміємо «інтегральний феномен, мисленнево-комунікативну діяльність, що являє собою сукупність процесу і результату, і включає як екстралінгвістичний, так і власне лінгвістичний аспект; в якому виокремлюються пресупозиція і контекст (прагматичний, соціальний, когнітивний), що зумовлюють вибір мовних засобів» [225, с. 38].

Важливо зазначити, що в інтернет-дискурсі частина реальних параметрів, таких як час, місце інтеракції, соціальний статус та вік

нівелюються через його специфічні характеристики, проте це не означає, що модель контексту відсутня та ідентичності адресата і мовця перестають існувати. Іншими словами, у фокусі опиняються лише релевантні для комунікантів фактори оточуючого середовища і ці фактори стають частиною внутрішнього світу суб'єкта [127, с. 109]. Саме в цій ситуації відбувається реалізація комунікативних стратегій та конструювання смислів.

Під *смислом* з позицій дискурсивної теорії мовного знаку ми розуміємо не сталу сутність, а результат наділення мовної форми семіотичною значущістю у процесі дискурсивної взаємодії суб'єктів [266, с. 91]. Відтак дискурс – це не лише інтеракційна подія, результатом якої є поява певного тексту, а й джерело конструювання комунікантами смислів. Так званий діяльнісний підхід до вивчення дискурсу передбачає, що комуніканти не просто інтерпретують породжений в результаті комунікативної діяльності статичний текст, який можна порівняти зі «стоп-кадром» [139, с. 102], а є творцями дискурсу як процесу, творцями смислів.

Підкреслимо важливість контексту (ситуації мовлення) для реалізації будь-якої комунікативної стратегії. Як описує процес розуміння дискурсивного акту Т. ван Дейк, існує «загальна система контролю», яку «живлять» інформація про тип ситуації, дискурс, комунікативний задум, цілі (інтенції), схематичні надструктури або макроструктури. Ця система контролю «наглядає» за процесом опрацювання даних, активує епізодичні та семантичні знання та попередні ситуативні моделі, співставляє інформацію різного порядку, координує комунікативні стратегії. Таким чином, система контролю керує стратегіями для продукування інформації та відповідних репрезентацій, що узгоджуються з загальними завданнями процесу розуміння, а також для «аранжування» всієї наявної інформації, що не може бути цілісно збережена буфером короткої пам'яті. Тобто кожного разу складається нова «мозаїка». Наприклад, щойно сконструйована макропропозиція та модель ситуації знаходяться в режимі «активовано» та впливають на процес опрацювання інформації на інших рівнях [266, с. 12,

350]. Іншими словами, це механізми, що забезпечують усі рівні компетенцій – від когнітивних до комунікативних. Т. ван Дейк називає сукупність усіх цих процесів «епістемологічною машиною» («*knowledge-device*», «*epistemic machine*»), коли мовець постійно оцінює ситуацію та можливу реакцію адресата в процесі розгортання дискурсу, знаходить оптимальні рішення для реалізації свого задуму.

Паралельно до «бази тексту» (*text base*) (встановлення семантичних зв'язків; рівень когерентності тексту, примітка наша – В. Х.) «виробляється «модель ситуації», тобто когнітивна репрезентація подій, дій, особистостей, що інтегрує енциклопедичні знання про адресата та інформацію, отриману із тексту і ці дві складові забезпечують інтерпретацію [266, с. 337f, 11f, 163f, 308, 340]. Основна семантична та прагматична функція тексту – поповнити цю модель; «Ми здатні зрозуміти ситуацію тоді, коли здатні її уявити» [266, с. 337f]. Іншими словами, розуміння відображене в створеній моделі ситуації. Модель ситуації включає в себе всю релевантну інформацію (знання), що виражена в тексті імпліцитно, або передбачає пресупозицію, як загальні (семантичні), так і специфічні (епізодичні) знання, та може включати попередній досвід або попередні бази текстів.

Аналогії ми здатні проводити завдяки існуванню кластерів, що містять узагальнений досвід попередніх ситуацій. Завдяки проведенню аналогій трансформуються невірні сконструйовані ситуації. У такому розумінні «зрозуміти дискурс – це завдання усунути такі помилки» [266, с. 337f].

В анонімному інтернет-спілкуванні є д и н и м джерелом, що слугує для конструювання моделі ситуації, є б е з п о с е р е д н ь о т е к с т , включаючи окремі графічні елементи, що характеризують сконструйовану ідентичність користувача. Саме через такі обставини особливу роль відіграють інтерпретації мовних засобів, що актуалізують стратегію завдання образи в різних тактиках і завдяки чому експліцитно чи імпліцитно конструюється смисл: «ТИ / ТВОЄ – ПОГАНЕ».

1.3.1. Інтернет-дискурс як середовище завдання образи

У нашому дослідженні ми вживаємо терміни інтернет-дискурс та інтернет-простір слідом за Р. Є. Пилипенко [147] синонімічно. Термін «інтернет-простір» вживаємо як робочу назву різних типів дискурсу, що є інтернет-опосередкованими. Наразі не існує єдиного підходу до класифікації інтернет-жанрів, також не існує єдиної думки щодо критеріїв виокремлення жанрів інтернет-дискурсу. Наприклад, Д. Крістал виокремлює 5 жанрів, або «ситуацій використання інтернету»: синхронні та асинхронні чати, електронна пошта, віртуальні світи, веб-тексти (електронні тексти з гіпер-та лінійною структурою) [259, с. 63]. О.М. Галічкіна визначає інтернет-комунікацію як складну комбінацію дискурсів, що містить ознаки різних дискурсів, проте повністю не належить до жодного з них [42, с. 15]. Різні дослідники за різними критеріями виокремлюють також такі дискурсивні жанри, як рольову гру онлайн, що передбачає наявність багатьох користувачів, спам, флейм, флуд, мережевий флірт, віртуальний роман і т. ін. Ми дотримуємось класифікації, розробленої О. Горошко та О. Жигаліною, які виокремлюють гіпержанри інтернет-дискурсу, такі як сайт, блог, соціальна мережа, електронна бібліотека [53]. Гіпержанри також мають субжанри. Наприклад, гіпержанр блога має субжанр поста або коментаря. Інтернет-жанри включають електронний лист, форум, чат, дошку оголошень, рекламний банер, комунікацію за допомогою програм миттєвого обміну повідомленнями, віртуальну конференцію, пост або примітку автора, коментар в будь-якому віртуальному жанрі (соціальній мережі, блозі тощо). Спроміж різних типів дискурсів та жанрів, що утворюють інтернет-простір, ми зосереджуємось саме на діалогічному асинхронному типі інтернет-простору, а саме інтернет-коментарях на форумах та в соціальних мережах.

Власне *інтернет-дискурс* ми визначаємо як частину віртуального дискурсу, що характеризується такими самими особливостями, проте обмежена виключно інтернет-мережею. Це мисленнево-комунікативний феномен, єдність процесу і результату мовленнєвої діяльності користувачів інтернет-платформ.

Цілком очевидно, що спілкування, опосередковане електронними пристроями, має свою специфіку. У першу чергу, стосунки комунікантів за формулою «рівний – рівний» впливають на те, яким чином учасники електронної спільноти втілюють стратегію завдання образи. «На відміну від звичайної реальності, віртуальне інтернет-середовище характеризується набагато більшою соціальною невизначеністю – і в силу своєї динаміки, і в силу принципової безмежності, і в силу великої різноманітності можливостей комунікації. Іншими словами, якщо буття людини в соціальному світі залишається жорстко структурованим, із самого початку воно задає людині межі для самоконтролю, обмежуючи її як соціальний об'єкт, то «віртуальне життя», де відсутні звичні кордони й обмеження, дає унікальну можливість робити «все що завгодно». [230].

Проте, члени електронної спільноти мають розділяти певні правила спілкування (так звані правила нетикету) та дотримуватись цих правил, що створюють своєрідну нормативну базу. Зазначені правила відображають очікування щодо дотримання суспільних прав, а також спрямовані на захист людини як індивіда та члена певної групи. Це положення знаходиться в зображенні в таких вказівках:

- не використовуй забагато спеціалізованої термінології;
- не ображай користувачів, не використовуй лайливі слова або невиправдані нападки на інших;
- утримайся від коментарів, які більше спрямовані на те, щоб розкритикувати особистість, аніж додати щось по суті обговорення;
- залишайся спокійним та не відповідай на пости одразу, якщо ти не згоден або вважаєш пост блюзнірським [277, с. 291-292].

Зазначимо, що в спілкуванні, опосередкованому комп'ютером (*Computer Mediated Communication*, в подальшому – СМС), наявні не всі складові реального спілкування. В інтернет-дискурсі відсутній, наприклад, індикатор у вигляді просодії. Нетикет пропонує альтернативні засоби для запобігання непорозумінням, наприклад використання емотиконів (смайликів),

Важливим для інтернет-комунікації є також поняття креолізації. Під креолізованим текстом лінгвісти розуміють тексти змішаного типу, що містять вербальні та іконічні, тобто образні, елементи [36, с. 192], або, у більш широкому розумінні, тексти, «фактура яких складається з двох негомогенних частин: вербальної (мовної / мовленнєвої) та невербальної (що належить до інших знакових систем, аніж природня мова)» [174, с. 180-181]. До загальних універсальних функцій образних компонентів належать атрактивна, інформативна, експресивна і естетична функції, до спеціальних – символічна, ілюстративна, аргументаційна, евфемістична, характерологічна і сатирична, а також функція створення іміджу [4, с. 51-59].

Образними елементами креолізованого тексту віртуального дискурсу є аватари, ілюстрації і смайлики. Тріада «аватара – нік – оріджин» мають великий вплив на сприйняття всіх текстів користувача партнерами по комунікації [324]. Аватара супроводжує вербальні повідомлення користувача в межах ресурсу, де він зареєстрований і на профілі якого ця аватара розміщена. Разом із повідомленням вона створює креолізований текст.

Поруч із образним компонентом креолізованого тексту важливим засобом в організації самопрезентації та впливі на адресата є шрифт тексту (його розмір, вид, колір і т. ін.), завдяки чому можна виразити різні емоції, передати деякі особливості усного спілкування тощо.

На реалізацію стратегії завдання образи у діалогічному інтернет-дискурсі впливають такі виділені І. С. Шевченко специфічні ознаки інтернет-комунікації, як анонімність, відсутність фізичного контакту (редукованість невербальної інформації), добровільність контактів, специфіка прояву емоцій та прагнення до нетипової поведінки [224].

Внаслідок анонімності та відсутності покарання спостерігається зниження психологічного та соціального ризику в процесі спілкування: афективність, ненормативність та певна безвідповідальність учасників спілкування. Мають місце використання нецензурних слів, вдавання до

образи та ін. На реалізацію стратегії завдання образи цей параметр має безпосередній вплив – можна припустити, що образливі комунікативні дії виконуються з досить сильними відхиленнями від норми.

Своєрідність протікання процесів міжособистісного сприйняття за умов відсутності невербальної інформації призводить до того, що, як правило, сильний вплив на уявлення про співбесідника мають механізми стереотипізації та ідентифікації, а також настанова на очікування бажаних якостей в партнері. Цей параметр впливатиме на перлокутивний ефект, що залежить від комунікативних очікувань та уявлень комунікантів про норму.

Добровільність та бажаність контактів передбачає, що користувач добровільно зав'язує контакти та йде від них, а також може будь-якої миті їх припинити. Зазначений пункт, на нашу думку, стосується більшою мірою глобальних стратегій вибору кооперативного чи не-кооперативного спілкування, аніж спілкування в межах одного з цих видів. Проте існують випадки, коли відмова від спілкування може розглядатись як стратегія уникнення відкритого конфлікту.

Ускладненість емоційного компоненту спілкування і стійке бажання до емоційного наповнення тексту виражається у створенні спеціальних засобів позначення емоцій (креолізіція) або в описанні емоцій словами після основного тексту послання. Дійсно, емоції відіграють важливу роль у формуванні особливих психічних станів – комунікативних інтенцій та певною мірою впливають на власне мовленнєве втілення комунікативного наміру, проте існує достатньо мовних засобів задля реалізації стратегії образи. При цьому специфічність невербального компоненту спілкування може впливати на вибір тактик.

Прагнення до нетипової, ненормативної поведінки призводить до того, що часто користувачі презентують себе з іншого боку, аніж в умовах реальної соціальної норми, виконують ролі, що не реалізуються поза межами інтернету, програвають сценарії ненормативної поведінки [121, с. 16-17]. Таким чином, агресивна мовленнєва поведінка може бути проявом гри з

власною ідентичністю. Оскільки, як правило, немає ніякої можливості перевірити постійні параметри комунікативної особистості в інтернеті, співрозмовники мають сприймати ідентичність такою, якою її сконструював користувач. До того ж варто припустити, що свою віртуальну особистість користувач інтернету оберігатиме не так ретельно, як реальну, і є можливим активне залучення різноманітних тактик задля реалізації стратегії завдання образи. Слід також додати, що а н о н і м н і с т ь виступає тут певною «надумовою».

Важливо розуміти, що «комунікація, опосередкована комп'ютером, існує не в безповітряному просторі, не у відриві від реальної комунікації. Моделі комунікації, опосередкованої та не опосередкованої комп'ютером, починають взаємодіяти в свідомості людини» [164, с. 5].

Таким чином, головні специфічні риси інтернет-комунікації, що впливають на втілення стратегії завдання образи – це існування певних правил поведінки (нетикету), переважна анонімність комунікантів та використання засобів креолізації тексту.

1.3.2. Завдання образи як дискурсивна стратегія

Дослідження феномену образи потребує звернення до такого поняття, як *стратегія*. Термін «стратегія» введено в науковий обіг в межах лінгвістики в 1970-х роках Т. ван Дейком. У широкому розумінні «мовленнєва стратегія – це комплекс дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети» [87, с. 54]. Ми вважаємо стратегію базовим поняттям комунікативно-дискурсивного аналізу.

Будь-яка комунікація має стратегічний характер і в той же час вона реалізується автоматично, без усвідомлювання стратегії [288; 297]. Мовець намагається вплинути на адресата своїми мовленнєвими діями та трансформувати модель світу адресата в бажаному для мовця руслі. В нашому випадку мовець ламає ціннісну картину світу адресата. Будь-яке використання мови, навіть просте інформування, носить стратегічний

характер, бо передбачає певний ефект [28, с. 92].

На думку О. Іссерс, стратегічні та нестратегічні дії розрізняють за критерієм інтерпретованості, оскільки в основі мовленнєвого впливу лежить саме інтерпретація [87, с. 102], а «кінцева інтерпретація висловлення в плані його стратегічного призначення має ґрунтуватись власне на аналізі самого висловлення» [87, с. 130]. Необхідно встановити характерні ознаки висловлень, провести «граматичну обробку» слів, фраз, речень, дискурсу в цілому на підставі сигналів в поверхневих структурах тексту. Сприйняття ж стратегії відбувається на рівні пропозиції (очевидно, імпліцитної також), а не на рівні поверхневих структур тексту.

Слідом за І. Фроловою, під *стратегією* розуміємо «комунікативний намір мовця, сформований на підставі використання суспільного досвіду для власних індивідуальних потреб і бажань, і мовну об'єктивацію цього наміру, що надає йому інтерактивного статусу через осмислення вербалізованого наміру усіма суб'єктами» (виділення автора) [199, с. 85]. Зазначимо, що намір може бути як усвідомлюваним, так і безсвідомим, проте розгляд психічного стану мовця не потрапляє до фокусу нашої уваги.

Завдання образи розуміємо як конфронтаційну локальну стратегію, реалізовану адресантом з метою завдання емоційного болю адресату через негативну оцінку його особистості у цілому, окремих характеристик або поведінки.

Співвідношення *стратегії і тактики* розуміємо як ієрархію роду і виду. У найзагальнішому розумінні тактика являє собою спосіб реалізації стратегії [21, с. 85; 28; 80; 83, с. 6; 86; 199, с. 89]. Інструментом реалізації тієї чи іншої тактики є дискурсивний хід [21, с. 85; 171, с. 215]. Деякі дослідники ототожнюють тактики і мовленнєві ходи [64, с. 274]. Отже тактика співвідноситься з одним дискурсивним ходом, а стратегія може співвідноситися з кількома дискурсивними ходами мовця (однією або кількома тактиками). У межах одного ходу реалізується один або декілька мовленнєвих актів (також в імпліцитний спосіб) [21, с. 85]. Таким чином, і

тактика може бути реалізована експліцитно або імпліцитно за способом вербалізації – завдяки конвенціональній (конвенціоналізованій) імплікатурі або неконвенціональній (в нашому дослідженні – дискурсивній) імплікатурі.

Виокремлюючи серед імпліцитних тактик конвенціоналізовані («такі, що демонструють стійкий зв'язок між мовленнєвим і дискурсивним смислом» [199, с. 100]) та неконвенціоналізовані («такі, що не демонструють такого зв'язку» [ibid.]), у нашому дослідженні ми фокусуємо увагу на обох випадках.

Необхідно зазначити, що одне і те саме явище може трактуватись і як стратегія, і як тактика в межах іншої ієрархії [27, с. 14; 199, с. 89]. Наприклад, стратегія завдання образи (локальна стратегія в межах несхвалення) може розглядатись як тактика в межах глобальної стратегії конфронтації. Проте для нашого дослідження не є актуальним розгляд всієї низки можливих ієрархій. Глобальною стратегією нашого дослідження є конфронтація, локальною – стратегія завдання образи, яка, в свою чергу, реалізується у низці тактик та мовленнєвих прийомів (Рис. 1.1).



Рис.1.1. Ієрархія образи та конфронтації

Комунікативно-соціальна природа стратегії проявляється в здатності матеріалізованого комунікативного наміру організувати діяльність суб'єктів спілкування через його співвіднесення із стандартними нормативно-

ціннісними суспільними уявленнями представників певної лінгвокультури [199, с. 85; 163]. Глобальна дискурсивна стратегія втілюється у низці локальних стратегій і тактик, кожна з яких реалізує комунікативний намір, гіпонімічно пов'язаний з комунікативним наміром у глобальній стратегії.

Що стосується вибору тих чи інших тактик та прийомів, то можна припустити, що високий ступінь офіційності передбачає більш жорсткий сценарій, вищий ступінь стереотипізації та більший контроль за тактиками [198, с. 111-112], а неофіційність спілкування в інтернет-просторі – навпаки, передбачає відсутність жорстких сценаріїв, хоча й не виключає наявності типізованих моделей реалізації різних стратегій за допомогою певного (характерного для конкретного типу контексту) набору тактик.

1.3.3. Оцінка та її роль у стратегії завдання образу

Оскільки завдання образу ми розуміємо як стратегічну дію, один із способів завдання емоційного болю, необхідно підкреслити, що семантика поняття «образу» завжди має аксіологічну складову у вигляді емоційно-оцінного компоненту. Вплив на розум і почуття реципієнта та формування певних оцінних уявлень щодо подій і фактів, у першу чергу, відбуваються шляхом вживання емоційно навантажених висловлень [43, с. 406].

Цінності, що визначають поведінку людей, є найважливішою частиною мовної картини світу, оскільки становлять уявлення про добро, справедливість і т. п., і ці уявлення є соціально схваленими, не піддаються сумніву та поділяються більшістю людей. Коли людина характеризує певні предмети, явища, якості, вона виходить із певних цінностей, що відображені в свідомості людей у вигляді суджень й оцінок. Вибіркове ставлення людини до світу завжди передбачає оцінку, оскільки саме через оцінку як в індивідуальній, так і в колективній свідомості відбувається формування системи цінностей. Не існує жодного аспекту людської діяльності, що не був би пов'язаним з процедурою оцінювання. Уявлення про оцінку перш за все

пов'язане з оцінними предикатами «добре» і «погано» [12], а також з модальними предикатами операторами типу «треба», «необхідно», «можна» та ін.

Цінність, породжуючи оцінний смисл, є об'єктивною категорією, яка визначається в ході суб'єктивної оцінки, пов'язаної у більшості випадків з вираженням особистого ставлення [159].

Під оцінкою в найширшому розумінні прийнято розглядати ставлення суб'єкта до об'єкта висловлення, тобто приписувати певну ціннісну ознаку. Категорія оцінки відображає суспільно-політичне уявлення про добро і зло, про цінність, корисність предметів (об'єктів, явищ).

Е. Вольф розглядає оцінку як специфічний вид аксіологічної модальності. Оцінка розуміється як соціально стале і закріплене в семантиці мовних одиниць позитивне або негативне, експліцитне або імпліцитне ставлення суб'єкта (особи, осіб, колективу) до об'єктів дійсності як компонент, який можна виокремити в складній взаємодії суб'єкта оцінки та її об'єкта [41, с. 18].

Ми погоджуємось із визначенням модальності як більш широкої категорії, ніж семантична категорія оцінки, оскільки оцінка – це лише один із способів пізнання дійсності [37, с. 58]. Слід зазначити, що В. Телія пропонує уточнити термін «модальність» як «оцінна модальність», під яким вона розуміє «зв'язок, що встановлюється між ціннісною орієнтацією мовця / реципієнта, та означуваною реалією (точніше – певною властивістю або аспектом розгляду цієї реалії), що оцінюється позитивно або негативно на певній підставі (емоційній, етичній, утилітарній тощо) відповідно до «стандарту» буття речей або стану справ в певній картині світу, що лежить в основі норм оцінки» [190, с. 22-23].

Вважаємо доцільним окремо зосередитись на категоріях *емоційність*, *експресивність* та *оцінка*. Ці поняття розглядаються як самостійні, проте пов'язані між собою явища, проте більшість вчених категорично виступають проти ототожнення цих понять. Наприклад, Н. Арутюнова вважає, що

«емоції мають під собою когнітивну основу: вони ґрунтуються на знаннях чи передбаченнях. Когнітивний компонент у них первинний стосовно емотивного» [10, с. 112]. Емоції впливають з когнітивних інтерпретацій об'єктивної реальності та зумовлюються структурою, змістом та організацією репрезентації знань / досвіду й процесів, що керують ними. Як перша реакція на зовнішній стимул спочатку «вмикаються» емоційні програми, що дають найзагальнішу оцінку ситуації і таким чином «звужують простір для опрацювання її логічними програмами» [45, с. 28]. Природа емоцій двоєдина: їх пізнавально-інформативні можливості злиті з ціннісно-оцінними. Емоційні механізми свідомості працюють за принципом взаємної оцінно-когнітивної кореляції. Оцінка немовби «вбирає» в себе відповідну емоцію, а параметри оцінки і емоції збігаються: «приємне» – «добре», «неприємне» – «погано». Н. Арутюнова зауважує, що природа оцінки завжди відповідає природі людини, оскільки «оцінюється те, що потрібно (фізично і духовно)людині і людству» [12, с. 181].

Сутність оцінки не вичерпується категоріальними параметрами, тобто своїми сутнісними характеристиками: а) універсальністю; б) інваріантністю; в) диференційованістю; г) здатністю створювати діади і тріади в системі мови; д) лабільністю; е) динамічністю; є) креативністю [10, с. 5; 41, с. 9]. За своєю природою оцінка є релятивною (операційною), тобто «встановлює відповідність між світом та його ідеалізованою моделлю» [12, с. 182]. Оцінка – це категорія високого рівня абстрагування та задана фізичною, психічною та суспільною природою людини, що зумовлює її ставлення до інших індивідів та предметів навколишнього світу [156, с. 15].

Уявлення про гарне і погане про добро і зло у філософів пов'язані насамперед з етичними категоріями, з поняттям моралі. Ми частково погоджуємось із міркуванням Дж. Серля: «Філософи з прадавніх часів розрізняють факти і цінності. Цінності так чи інакше надходять від людини, вони не лежать у зовнішньому світі <...>. Інакше б вони перестали бути цінностями й склали б часину об'єктивного світу» [338, с.

175], проте трактуємо «об`єктивне», не як притаманне світові, а як загальноприйнятне (як певну норму), іншими словами, як певну домовленість (не виключно, що тимчасову), що функціонує в суспільстві та регулює відносини в ньому. Це і дає можливість людині робити судження щодо ввічливості та неввічливості / грубості поведінки інших людей. Проте це жодним чином не розкриває внутрішні і зовнішні мотиви (наприклад, емоційний стан), що часто керують людиною і в певному сенсі «оцінюють» за неї. Релевантне визначення наводить Г.І. Приходько: «Висловлювання, що актуалізує потенціал оцінки, розуміється як семантико-прагматичний тип, який не лише передає певний стан речей, але й виражає думку, почуття, ставлення мовця (суб`єкта) до зовнішнього світу, отже, дає можливість показати засоби зв`язку висловлювання із ситуацією та засоби опису останньої» [156, с. 54].

Існує і певний взаємозв`язок між оцінкою і експресивністю. За наявності сильних емоційних переживань, суб`єкт віддає перевагу експресивним мовним засобам. Проте оцінка не завжди супроводжується експресивністю. На лексичному рівні одиниці містять оцінку імпліцитно. Проте, оскільки оцінка є когнітивним феноменом і втілюється в мовленні найрізноманітнішими мовними засобами, то зосереджувати увагу на лексемах, семантика яких включає оцінний компонент, вважаємо недоцільним (об`єктивістське розуміння концепту і значення, де оцінний, емоційний й експресивний компоненти є конотаціями, що супроводжують денотативне значення). Слушно поставити питання таким чином: «Що ви хочете сказати, використавши це слово?» [308, с. 5-6].

До сфери нашого інтересу потрапляє, скоріше, прагматичний смисл висловлення, що так чи інакше виражає негативну оцінку. Ми розглядаємо оцінку, як певну форму прояву модальності (в широкому розумінні) [315, с. 469], тобто як універсальну категорію, що передає ставлення мовця до дійсності, а саме: до змісту мовлення, співрозмовника, також самого себе. Тобто, модальність реалізується у двох напрямках: по-перше, висловлення

кваліфікується мовцем як достовірне або недостовірне, по-друге, виражається емоційне ставлення, реакції мовця. Емоційність, в свою чергу – це скоріше засіб виразити певний психічний стан. Проте наголосимо, що в нашому дослідженні ми зосереджуємось не на засобах вираження негативної оцінки у висловленні в односпрямованій моделі комунікації, а саме на тактиках і прийомах, що під час інтеракції конструюють стратегію завдання образи, і яка, проте, характеризується аксіологічною складовою.

Існує декілька підходів до класифікації оцінок. З одного боку, оцінку в лінгвістиці прийнято підрозділяти на загальну та спеціальну. Загальнооцінна семантика характеризує об'єкт у цілому і представлена опозиціями аксіологічної шкали: «добре / погано», «подобається / не подобається», «бажано / небажано» і т. ін. Спеціальні евалюативні значення виражають оцінку окремих властивостей об'єкта та згідно з класифікацією Н. Арутюнової підрозділяються на сенсорно-смакові (напр. *übelriechend*, «затхлий»), психологічні (напр., *langweilig*, «нудний»), естетичні (напр., *hässlich*, «потворний»), етичні (напр., *hartherzig*, «бездушний»), утилітарні (напр., *unbequem*, «незручний»), нормативні (напр., *falsch*, «неправильний»), телеологічні (напр., *unpassend*, «неефективний») [10, с. 75-76].

З іншого боку, поширеним є підхід, який пропонують С. Хидекель і Г. Кошель, які виділяють: 1) раціональну оцінку, що спирається на узагальнений суспільний досвід носіїв мови; 2) емоційну, що ґрунтується на оцінних переживаннях, почуттях, емоціях, тобто на емоційному ставленні мовця до предмета висловлення; 3) раціонально-емоційну, яка поєднує ознаки першого та другого типів [205, с. 9].

Емоційна оцінка суб'єктивна в тому значенні, що вона слугує для вираження суб'єктивного ставлення автора до явищ, фактів, подій, які він описує, незалежно від об'єктивних ознак предмета. Емоційна оцінка, виражена мовними засобами, що постає як мовна емоційно-оцінна інформація, є одночасно й оцінкою соціальною – суспільно закріпленою та визнаною. У цьому значенні емоційна оцінка є об'єктивною. Логічна оцінка,

що відображає властивості самого об'єкта, та емоційна оцінка, що відображає соціальне ставлення, утворюють експресивно-оцінний компонент значення [195].

Думку про тісну взаємопов'язаність складових оцінки підтримують і спеціалісти з семантики. Дійсно, наприклад, структуру конотативного компоненту неможливо розділити на емотивний, експресивний і оцінний субкомпоненти, оскільки вони щільно сплетені між собою. Р. Філер підкреслює, що емоція – це специфічна форма оцінки та різновид пропозиційного ставлення [273, с. 45]. Але оцінка є об'єктноспрямованою, позачасовою і неперсональною, емоційно-оцінне ставлення є також більш динамічним та інтенсивним, ніж звичайна оцінка [273, с. 49].

Ми беремо до уваги як розподіл оцінок на загальні та спеціальні, так і визнаємо наявність раціональних та емоційних складових оцінки. Якісні негативні характеристики певних категорій, що трапились в нашому дискурсивному матеріалі (інтелектуальні, естетичні, етичні), відповідають категоріям спеціальної оцінки згідно з класифікацією Н. Арутюнової [12, с. 200]. У мові оцінка виражається всією сукупністю мовних засобів: фонетичними, морфологічними, лексичними, синтаксичними.

Як показало наше дослідження, оцінка в першу чергу актуалізується лексико-семантичними засобами мови як експліцитно, так і імпліцитно, через денотативний або конотативний компонент значення. На рівні мовлення такі засоби використовуються для прямих номінацій, позначення характеру дій та надання характеристик.

Окрім денотативних оцінних компонентів (таких, що присутні безпосередньо у лексичному значенні слова), оцінність може забезпечуватись емоційно-експресивними конотаціями, які надають слову пейоративного або меліоративного забарвлення [3, с. 600].

Зокрема, мовленнєва ситуація може «прищеплювати» негативну конотацію лексемам, що за своєю природою є нейтральними. Йдеться про набуту контекстну конотацію.

Емоції відображаються на всіх рівнях мови: фонетичному, лексичному, морфемному та синтаксичному. Але лексичний рівень є найбільш вивченим. Серед мовних засобів вираження емоцій та оцінки в нашому дискурсивному матеріалі можна виокремити три групи:

1) морфемно-словотвірні:

- словотвірні засоби: *Bushkind, Posterboy, Dampfplauder-Tusnelda*;
- позначення людей та явищ через оцінні префікси та суфікси: *Untermensch, Unterschichtler, Völkchen, Dummerle, Schätzchen, Primitivling*;
- посилювальні перші частини слів: *vollgekotzt, Vollidiot, mega-, super-, extra-, ultra-, mega-, mini-, macro-, micro, hyper-, -turbo, trans-, anti-, demi-, mock-, hypo-, quasi; sau-, ober-, voll-, wow-, system-, schein-* (у якості посилювального елемента в складних словах);
- поєднання семантично несумісних основ у складних словах: *Weißwürstchen-Hirn, Dumpfbacke, Erfolgsfan von Beruf, Flachkopf, Betonkopf, Salonkommunist, Johanna-Antwort*;

2) лексико-семантичні:

- денотативні зсуви позначень: *Bayern-Fan, Lehrer, Anhänger, Konformtist*;
- іронічне вживання прецедентних імен та саркастична номінація адресата, а також використання негативних номінацій-штампів: *Herr Psychologe, Hobby Psychologe, Herr Übermensch, Ms. Benett, Thomas Mann, Dampfplauder-Tusnelda, Schlagerfee, Muttiwähler, Kommunist / Kommi, Nazi, Homosexuell, Rassist, Antisemit, Homophob, Troll*;
- метафоричне переосмислення (виражене різними мовними одиницями): *Lappen, behindert, Gehirnversteppung, argumentfreies Geschrei, Müll schreiben, von gestern sein, Mitläufer, Birne*;

3) морфолого-синтаксичні:

- використання вигуків (в тому числі таких, що слугують для апроксимації емоцій): *ach, au, pfui, o, hä?, haha, Mensch, Mist, Scheiße, zu Donnerwetter, meine Güte, geh, komm, igitt, Maaaaan, bitte, BITTE, Hallo, boah,*

НАНА, Hmmm, bhhh, Tja, blablabla, örrghh і т. д.;

- використання негативно оцінних слів у якості означень: *einfältig, behindert, primitiv, denkfaul, denkbefreit, banal, engstirnig, eindimensional, stumpfsinnig, ewiggestrig*;

- використання негативно оцінних слів у якості обставин: *verdammt, verflucht, verflixt*;

- використання негативно оцінних слів у якості присудків: *schwurbeln, schwätzen, tummeln, schnallen*.

Проте, на відміну від лексичних і словотвірних одиниць мови, ані фонетичні одиниці мови, ані синтаксичні конструкції оцінки як такої не містять, і виражають оцінку лише імпліцитно у поєднанні із експліцитними смислоутворюючими засобами (лексичними, словотвірними), на основі яких і проявляються.

Афективний / емоційний синтаксис є однаковим для всіх тактик, що передбачають підвищену емоційність. Різні емоції виражаються однаковими або схожими синтаксичними конструкціями. При цьому афективний / емоційний синтаксис може слугувати індикатором наявності стратегії завдання образи.

1.3.4. Моделі конструювання смислів у комунікації

Більшість традиційних лінгвістичних підходів до вивчення комунікації базуються або на принципі кооперації Г. Грайса [278], або на принципі релевантності Д. Спербера та Д. Уїлсон [344]. Ми в своєму дослідженні спираємось на розроблену Г. Грайсом модель, що базується на 4-х основних принципах (максимах), оскільки вважаємо недоцільним зводити всі принципи спілкування до єдиного принципу релевантності. Як формулює принцип кооперації Г. Грайс, комунікативний внесок на певному ході діалогу має бути таким, як того вимагає спільно прийнята ціль (спрямованість) цього діалогу. Цей «загальний принцип» він формулює в чотирьох базових постулатах (максимах):

- максима кількості (*maxim of quantity*): бути достатньо інформативним, не більше і не менше;

- максима якості (*maxim of quality*): бути щирим та не повідомляти те, чому бракує очевидності або доказів;

- максима відношення (*maxim of relation*): бути релевантним, тобто дійсно стосуватися відповідної ситуації;

- максима манери (*maxim of manner*): бути ясным, недвозначним, послідовним та стислим (необхідно уникати надмірності формулювань) [278, с. 45-46]. Варто вказати на те, що остання максима може включати також і невербальну інформацію – просодичну та паралінгвістичну (як, наприклад, у випадку із використанням саркастичного тону) [251, с. 22]. Підкреслимо, що в інтернет-комунікації просодична інформація недоступна, а субститути мають низку особливих характеристик (наприклад, створюються комунікантами свідомо, часто конструюючи додаткове значення).

Існують три основні інтерпретації процесу комунікації: кодова (мовець передає – адресат приймає експліцитний смисл) [344, с. 2], інференційна (адресант інтендує – мовець виводить імпліцитний смисл) [280] та інтеракційна (мовець демонструє – адресат інтерпретує імпліцитний смисл) [336, с. 398]. Варто зазначити, що, на нашу думку, інференційна модель є продовженням кодової, оскільки вона передбачає вже закладений інтендований «готовий» смисл, який в першому випадку передається експліцитно (тоді працює кодова модель), а в другому «готовий» імпліцитний смисл необхідно «розпакувати» за певними правилами (принцип кооперації Г. Грайса [278], принцип ввічливості Дж. Ліча [308] та стратегії ввічливості П. Браун та С. Левінсона [254, с. 102, 131]) та вивести дискурсивну імплікатуру (= імпліцитне значення [337, с. 31]). Інтеракційна модель базується на діяльнісному мисленні, згідно з яким смисли завжди є результатом інтерпретації та конструюються під час комунікації – інтерактивної міжсуб'єктної діяльності [127, с. 35, 130-131]; кодова та інференційна моделі базуються на репрезентативному стилі [127, с. 115-116].

Хоча репрезентативний стиль мислення протиставляється діяльнісному, існує думка, що всі три моделі комунікації співіснують та є релевантними для вивчення дискурсу [21, с. 28]. Необхідно зазначити, що в будь-якому випадку і процес виведення смислу (наприклад, за допомогою виведення імплікатури), і процес інтерпретації смислу відбувається за рахунок схожих ментальних процесів – інференційних. Принцип кооперації та конвенційні правила здатні допомогти сконструювати як іллокутивний смисл, так і пропозиційний. Отже, незважаючи на те що комунікація є інтеракційним процесом, вважаємо методологічно виправданим використання в нашій роботі здобутків репрезентативних моделей, тобто теорії імплікатур.

Існує два суттєво різних трактування принципу кооперації Г. Грайса [251, с. 21]: соціальна чи лінгвістична кооперація [251, с. 25], або, іншими словами, «комунікація як кооперація або кооперація в комунікації» [21, с. 50]. У першому випадку комуніканти приймають цільові установки один одного і тому не вибувають із комунікації [271, с. 28]. Ми зводимо це питання до дихотомії: спілкування – не-спілкування. У разі спілкування спрацьовує принцип кооперації Г. Грайса, коли кожен з комунікантів намагається зробити свій комунікативний внесок зрозумілим партнерові. Виходячи із цього положення, випадки недотримання основних кооперативних принципів розглядаються як засіб виведення імплікатури. Проте існують і інші типи порушень.

1. Порушення максими (*Violating a maxim*): очевидне та наявне недотримання максими [278, с. 49].

2. Ухилення від максими (*Opting out of a maxim*): співрозмовник не бажає дотримуватись принципу кооперації в повному обсязі [278, с. 49].

3. Зіткнення максим (*A Clash of maxims*): комунікант може бути нездатним в повному обсязі виконати одну з максим, не порушуючи іншу. Наприклад, не порушити максимуму кількості (бути досить інформативним) та при цьому дотримуватись максими якості (мати очевидні докази сказаного) [278, с. 49].

4. Недотримання максими (*Flouting a maxim*): інтенціональне та очевидне недотримання максими на рівні того, що сказано буквально. Такого роду порушення «генерує» конверзаційну імплікатуру. Очевидне порушення – один з можливих механізмів, завдяки яким неприємні або невічливі судження можливо сформулювати або ввічливо, або невічливо [251, с. 24]. Порушення настільки очевидне, що комунікант його помічає та виводить імплікатуру [278, с. 49].

5. Відкладання (*Suspending a maxim*): недотримання будь-якої максими через припущення мовця, що адресат не має очікувань щодо обов'язкового виконання усіх максим [351, с. 44].

6. Випадкове порушення (*Infringing a maxim*) [279, с. 185]: немотивоване та неінтенціональне недотримання максими. Такого роду порушення здебільшого є наслідком невдалих формулювань мовця (наприклад, через низьку комунікативну компетенцію або незнання контексту), а не свідомим порушенням задля генерування адресатом імплікатури [351, с. 38].

У підсумку зазначимо, що в нашому дослідженні найбільший інтерес представляють саме свідомі порушення (*flouting a maxim*) задля виведення дискурсивної імплікатури адресатом.

Отже, ми вважаємо принцип кооперації лінгвістичним явищем, а не соціальною домовленістю, а імплікатури – ефективним засобом передавати неконвенційну інформацію, зокрема реалізувати намір завдати образи.

Під **дискурсивною імплікатурою** ми розуміємо «інтендовану імпліцитну повну пропозицію, яка конструюється комунікантами в дискурсі» [21, с. 50]. Без залучення когнітивної операції інференції було б неможливим виведення смислів, що не містяться власне у формі, а з'являються виключно в дискурсі під час комунікації. Варто вказати на те, що дослідники виділяють також інші види імпліцитних смислів. Окрім дискурсивних (конверзаційних імплікатур за Г. Грайсом) Г. Грайс виділяє семантично-логічні імплікації та конвенційні імплікатури, проте різницею між цими двома типами умовиводів

ми нехтуємо, оскільки вони базуються на лексичному значенні слів і речень; конвенційною природою свого значення (семантичного значення) вони становлять протилежність дискурсивним імплікатурам (що відповідають прагматичному значенню), виведення яких базується на дискурсивному контексті – «екстралінгвальному середовищі функціонування дискурсу, що, в свою чергу, складається з онтологічного, комунікативного, соціального, культурного, психофізіологічного, когнітивного та психолінгвістичного контекстів» [21, с. 327]. Таким чином, смисл виникає додатково до семантичного і залежить від контексту в широкому значенні. Задля встановлення типу значення (семантичне vs. прагматичне) можливо провести тест на заперечення. Імплікатура, на відміну від логічно-семантичних інференцій, має потенційний характер, і її зміст не має відношення до буквального значення лексем, з яких складається повідомлення, а отже пропозиціональний смисл імплікатури можливо заперечити. Проте імплікатуру можливо «вирахувати» та обґрунтувати за допомогою припущення про порушення хоча б однієї з максим. Для нашого дослідження релевантними є як конвенційні значення, так і прагматичні смисли висловлень, в яких реалізована стратегія завдання образи.

Таким чином, ми розглядаємо стратегію як комунікативний намір мовця, тактику – як спосіб її реалізації, ми спираємось на розроблені Г. Грайсом 4 максими (кількості, якості, відношення та манери), зосереджуючись на свідомих порушеннях цих максим мовцем, які дозволяють адресатові висловлення вивести дискурсивні імплікатури, зокрема у разі реалізації мовцем стратегії завдання образи.

1.4. Методи дослідження стратегії завдання образи в німецькомовному інтернет-дискурсі

1.4.1. Одиниці і методи дослідження стратегії завдання образи

Загально визнаною мінімальною одиницею дискурсу є мовленнєвий акт (МА), трактування якого суттєво переосмислене з моменту виникнення теорії мовленнєвих актів. Під МА ми, слідом за І. Шевченко, розуміємо «мовну взаємодію мовця і адресата для досягнення певної перлокутивної мети мовця шляхом конструювання ними дискурсивного значення в ході спілкування. МА складається з аспектів мовця і адресата, іллокутивного, денотативного, локутивного, інтенціонального, ситуативного, контекстуального, метакомунікативного аспектів і розгортається за певним когнітивним сценарієм з урахуванням прагматичних пресупозицій» (виділення наше – В. Х.) [228]. Таке визначення МА певною мірою корелює із популярним наразі в лінгвістиці бахтінським розумінням будь-якої мовленнєвої діяльності як «діалогічної за своєю природою, як власне і свідомість носія мови» [19, с. 303-306], тобто спрямованої на іншого (або на самого себе).

У сучасній когнітивно-комунікативній парадигмі акцентується увага саме на взаємодії та сумісному конструюванні значень в дискурсі (вплив ідей соціального конструкціонізму), що передбачає спрямованість мовця на адресата та активній ролі другого. Саме конструювання значень (дискурсивне значення, значення, інтендоване мовцем, або інтерпретоване адресатом) опинилось в центрі уваги дослідників. Отже, окрім іншого, «дискурс є способом передачі інформації і, на відміну від тексту, не є носієм інформації» [70, с. 40, цитата за 127, с. 18]. Текст також метафорично називають «інформаційним слідом» дискурсу [185, с. 40; 81, с. 37]. Текст не просто фіксує продукт дискурсивної діяльності, але є також інформаційною базою, на підставі якої можливе здійснення цієї діяльності [191]. Дійсно, дослідникові дискурсу в певному розумінні доводиться стати активним учасником цього дискурсу для того, щоб його зрозуміти.

Ідею дискурсивної природи МА підтримує і А. Приходько, наголошуючи, що «вже сама по собі дефініція мовленнєвого акту виходить із когнітивних (конвенціональність, пропозиціональність) і комунікативних (інтенціональність, адреса/н/тність) параметрів» [153, с. 87].

Одиницею нашого дослідження є висловлення, яке ми розуміємо як одиницю актуалізації МА в мовленні. МА є мінімальною одиницею дискурсу в ланцюжку «мовленнєвий акт – мовленнєвий хід – мовленнєвий крок – трансакція – мовленнєва подія» [227, с. 113]. Тактика як конкретна реалізація стратегії втілюється на рівні мовленнєвого ходу. Мовленнєва стратегія в цілому охоплює декілька мовленнєвих ходів.

Висловленням, які промовляються під час реалізації стратегії завдання образи в німецькомовному інтернет-дискурсі, притаманні такі ознаки:

- наявність негативної оцінки (експліцитної або імпліцитної) адресата (соціальних груп, до яких він належить; його цінностей; особистих якостей; компетентності; гідності або його поведінки);
- участь адресата висловлення у комунікативній ситуації, тобто це має бути користувач, до якого звертається мовець через гіперпосилання (а не якась третя особа, наприклад).

Завдання образи може здійснюватися у прямий спосіб (експліцитно), коли соціальна група, до якої належить адресат; його цінності; особисті якості; компетентність; гідність або його поведінка називаються мовцем, або в непрямий спосіб (імпліцитно), коли вони не називаються прямо, а лише імплікуються мовцем. У другому випадку до процесу виведення смислу залучається контекст. Отже, показниками тактик у межах стратегії завдання образи, як і інших дискурсивних тактик, можуть бути не тільки експліцитні компоненти висловлення, а й імпліцитні.

Оскільки ми досліджуємо спілкування у вигляді коментарів, що за своєю природою є діалогічним, то слушним буде згадати школу конверсаційного аналізу, яка зробила великий внесок у вивчення усного діалогічного мовлення.

У термінах конверсаційного аналізу (що на початку свого розвитку вивчав виключно усне мовлення) в якості одиниць полілогу / діалогу виокремлюється мовленнєвий крок, який пов'язаний зі зміною комунікативних ролей.

Мінімальним структурним компонентом, виокремленим в конверсаційному аналізі, є мовленнєвий крок (*turn*) [333].

Необхідно зазначити, що існують певні термінологічні розбіжності в межах різних шкіл щодо визначення одиниці діалогу. Мовленнєвий крок в межах школи конверсаційного аналізу, що на рівні мовлення співвідноситься з реплікою, і тому іноді ще називається репліковим кроком, визначається також як хід (*move*) [228; 326, с. 38]. Власне ж репліку як одиницю іншої системи розуміють як слова одного із співрозмовників, обмежені мовою іншого або іншим маркером. Розрізняють ініціальну та респонсивну репліки (або ходи).

Як структурна одиниця кожна репліка може складатись з одного висловлення (і тоді фактично це рівнозначні поняття) або з декількох висловлень.

Конверсаційний аналіз, так само як і аналіз дискурсу, орієнтується на установки діяльнісної парадигми. Особливий інтерес для конверсаційного аналізу представляють проблеми передачі комунікативних ролей (рекурентні правила), маркери розмови, акти корекції і редагування, акти підтримки уваги і перевірки розуміння, іншими словами – функціональні особливості. Конверсаційний аналіз намагається ідентифікувати формальні, рекурентні правила, технології організації бесіди і механізми комунікації і при цьому не враховує і не пояснює психологічні і особові явища мовних феноменів, тоді як аналіз дискурсу досліджує стратегію і інтенцію мовців і продукування окремих дискурсивних типів, що відповідають їм. Важливо також зазначити, що коло завдань конверсаційного аналізу не передбачало вивчення тактик і стратегій, а також роботи із смислами висловлень. Задля вивчення стратегічного рівня комунікації та прагматичних смислів необхідно зробити

перехід від формально-структурного підходу до дискурсивно-прагматичного та звернутись до надбань аналізу дискурсу. Ми звертаємось до конверсаційного аналізу лише як до школи, яка запропонувала формально-структурну модель діалогу. Таким чином, структурна одиниця – мовленнєвий хід розглядається з урахуванням її «вбудованості» в дискурс, що дозволяє проводити аналіз.

Наразі встановимо відношення між визначеною нами одиницею дослідження, тобто висловленням, та досліджуваним явищем – стратегією завдання образи. Продуктом дискурсивно-мовленнєвої взаємодії комунікантів на ґрунті комунікативної інтенції мовця є висловлення. У процесуальному плані висловлення визначається як вимовляння речення (тобто МА), а в статичному плані – вимовлене речення (тобто продукт МА) [186, с. 231]. На відміну від речення, висловлення є комунікативною одиницею, а речення – структурною. Висловлення є актуалізованим реченням [177, с. 40]. Висловлення може бути тотожним реченню або виходити за його межі, оскільки розглядається як комунікативна одиниця, що співвідноситься з дискурсивним контекстом. Це трапляється в тому випадку, коли декілька речень становлять одне висловлення, оскільки ці речення мають цільну пропозицію, а отже становлять єдиний МА.

Ми концентруємось на визначенні контекстуалізованого висловлення як продукті МА та мінімальній одиниці мовлення. Визначення контекстуалізованих висловлень, що створюють дискурсивні фрагменти та об'єднані спільним стратегічним смислом, як мінімальної одиниці дискурсу [336, с. 415], зумовлюють трактовку висловлення як мінімальної одиниці дискурсивної стратегії. У свою чергу, високий ступінь соціалізації комуніканта забезпечує стратегічність його дій і за відсутності усвідомлюваного стратегічного наміру, а отже кожне висловлення є свідченням певного стратегічного задуму [201].

Вважаємо необхідним зробити деякі уточнення щодо наступних понять. По-перше, поняття *пропозиції* ми визначаємо в дусі дискурсивного

підходу, слідом за Л. Безуглою, як «різновид ментальної репрезентації людини, яка становить конфігурацію концептів і активується в її свідомості в процесі когнітивно-комунікативної діяльності» [21, с. 92], а не з позицій лінгвоцентричного трактування, започаткованого Г. Фреге [274], який розмежував думку та акт її ствердження мовцем, розуміючи під цим терміном конфігурацію лексичних найменувань, взаємопов'язаних в одне лексичне ціле, яке становить номінацію певної денотативної ситуації абстраговано від конкретної поверхнево-граматичної форми й актуалізаційних параметрів (модальності, часу, актуального членування тощо) [1, с. 7], та частину змісту висловлення, що залишається спільною і незмінною за умови зміни іллокуції, тобто у «сухому залишку» залишаються референція та предикація [338]. Ми трактуємо пропозицію не просто як структуру, а як утворення, що існує в свідомості конкретного суб'єкта мовлення, тобто як концептуальну структуру, що зберігається в пам'яті та активується в мовленні [116, с. 371; 329, с. 151]. За визначенням М. Макарова, «пропозиція визнається особливою формою репрезентації знань, базовою когнітивною одиницею зберігання інформації, що відіграє головну роль у породженні й інтерпретації дискурсу, в тому числі в складі когнітивних схем, фреймів, сценаріїв і ситуаційних моделей» [122, с. 120]. Внутрішня структура пропозиції відображена в синтаксичній структурі речення.

За нашими даними, пропозицію, що є підґрунтям смислу висловлення, яким учасник німецькомовного діалогічного інтернет-дискурсу завдає образу своєму комунікативному партнерові, виражено здебільшого імпліцитно, тобто інтендований смисл образливого висловлення реконструюється адресатом шляхом інференційного виведення імплікатури. Наявність реалізованої стратегії завдання образи верифікуємо за відповідною реакцією адресата.

Під *інтенцією* ми розуміємо спрямованість людської свідомості на об'єкти і стани речей зовнішнього світу [21, с. 328].

Інтенції розділяють на два рівні: 1) інтенція першого рівня (когнітивна, пропозиційне ставлення) [157, с. 140; 165, с. 12; 339] спрямована на певний об'єкт (концепт або пропозицію); б) інтенція другого рівня (комунікативна), власне, і є певним комунікативним наміром.

Комунікативну інтенцію формують перлокутивна та іллокутивна мета мовця.

Іллокутивна мета мовця є наміром мовця донести до адресата певну пропозиціональну установку на ґрунті інтенції першого рівня, тобто реалізувати іллокутивний акт. **Перлокутивна мета** – складова комунікативної інтенції мовця, яка становить намір мовця шляхом донесення до адресата пропозиціональної установки вплинути на нього, тобто реалізувати мовленнєвий акт. **Перлокутивний акт (перлокуція)** – це інтендований вдалий вплив на думки, почуття й дії адресата або третьої особи через локутивний та іллокутивний акти. [21, с. 329]. Якщо іллокуція є конвенційною, то перлокуція – стратегічною: мовець, не знаходячи конвенційних засобів для досягнення своєї перлокутивної мети, змушений шукати інші засоби [325, с. 190]. У випадку перлокуції завдання образи такими засобами є висловлювання зі смислом «ТИ / ТВОЄ – ПОГАНЕ». Як зазначає Ю. Габермас, «перлокутивні ефекти є ознаками інтеграції мовленнєвих дій щодо стратегічної інтеракції» [206, с. 394], із чого випливає, що перлокуція завдання образи реалізується в одному висловленні, яке кваліфікується як образливе, а стратегія – на рівні кроку або мовленнєвої події. У такий спосіб «перлокуція розглядається як спеціальний клас стратегічної інтеракції» [204, с. 395].

І іллокутивний, і перлокутивний акти передбачають наявність адресата, на якого спрямоване висловлення. Проте іллокутивний акт є мовленнєвою дією самого мовця і не залежить від впливу на адресата, а перлокутивний акт реалізується виключно за умов наявності такого впливу. Якщо мовленнєвий вплив в широкому розумінні – це мовленнєве спілкування, взяте в аспекті його цілеспрямованості й описане з позицій одного з комунікантів, то власне

перлокутивний вплив – це вплив, що здійснюється в ході реалізації МА. У мовленнєвоактовій структурі він представлений перлокутивним актом (перлокуцією) – інтендованим мовленнєвим впливом на думки, почуття і вчинки адресата або третьої особи за допомогою локутивного та іллокутивного актів [106; 107; 152; 241; 204].

Ключовим для нашого дослідження є саме наявність інтендованої перлокутивної мети вплинути на адресата через донесення смислу: «ТИ / ТВОЄ – ПОГАНЕ». Нам видається неможливою перевірка настання перлокутивного ефекту як такого, оскільки вдалий мовленнєвий вплив передбачає не просто факт розпізнавання стратегії завдання образи, а й дійсну зміну внутрішнього стану адресата. Проте необхідно визнати, що образа конструюється в інтеракції і залежить від інтерпретаційної діяльності адресата, від його реконструювання інтенції мовця. Ця обставина обумовлює методологічне рішення щодо необхідності проведення досліджень першого порядку, де критерієм для констатації наявності певного явища є реакція того, кому адресоване висловлення. Однак є певне застереження щодо цього. Ми зупинемось на формальній наявності реакції як такого критерію, що підтверджує стратегічність і дискурсивність природи образи. Звісно, такий підхід висвітлює лише частину мовленнєвих актів зі смислом: «ТИ / ТВОЄ – ПОГАНЕ», що є успішно реалізованими, але дізнатися про справжній вплив того чи іншого акту неможливо, коли реакція на нього з різних причин відсутня.

Тут необхідно торкнутись поняття інтенції саме з огляду на її безпосередній зв'язок зі стратегією та можливі методологічні рішення в процесі реконструювання стратегій невічливості дослідником.

Наявність інтенції у мовця та її розпізнавання адресатом залишається важливим і неоднозначним параметром аналізу дискурсу. Проте, постає питання, який механізм дозволить дослідникові однозначно констатувати наявність інтенції. Як слушно зазначає А. Грімшоу, «неможливо залізи в голови людей» [281, с. 281]. Він же розвиває ідею про те, що за наявності

контексту можливо робити певні інференції та припущення щодо інтенцій. Дж. Калпепер наголошує на тому, що реконструюванню підлягають не фактичні, а саме «можливі» інтенції, позичивши термін «реконструювати», а не «виводити» у А. Муні [321, с. 900], оскільки до наявної комунікативної події належать «попередній досвід, знання про соціальні ролі і т. д.» [321, с. 901].

Ми розглядаємо стратегічний вимір завдання образи як мовленнєву дію, що передбачає у якості інтендованого – усвідомлювано чи безсвідомо – перлокутивного ефекту завдання емоційного болю через передачу смислу: «ТИ / ТВОЄ – ПОГАНЕ». Проте власне «реконструювання» інтенції говорить скоріше про розпізнавання інтенції мовця адресатом, а не свідчить про реалізацію перлокуції. Про це може свідчити відповідна експліцитна реакція адресата, або експліцитна зворотна відповідь мовця на адресата, який, на думку адресата, образився (незалежно від інтенцій мовця).

Отже, доцільним вважаємо залучати до аналізу комбінацію вихідного висловлення та висловлення-відповіді, в одному з яких, або в обох, може конструюватись образливий смисл. Таким чином, ми застосуємо комплексно як підхід першого порядку (у випадку, коли адресат експліцитно вказує на те, що його образили), так і підхід другого порядку (коли відповідь на завдання образи в діалозі відсутня, проте з реакції на завдання образи, зокрема зі зворотного завдання образи адресатом випливає, що намір мовця був розпізнаний) [126]. Як продемонстрував дискурсивний матеріал, експліцитна кваліфікація дій мовця як образливих зустрічається не часто. У другому випадку ми застосуємо інтерпретаційний аналіз, виходячи з конкретного дискурсивного контексту та теоретичного визначення образи. За таких умов дослідник в певній мірі стає співучасником інтеракції.

Іллокутивний тип не впливає на реалізацію МА, в яких втілюється стратегія завдання образи. У нашому дискурсивному матеріалі іллокуція може бути асертивною, директивною, комісивною або експресивною. Образливим такий МА робить саме перлокутивний смисл.

Стратегія завдання образи може бути реалізована як завдяки конвенційній, так і завдяки дискурсивній імплікатурі.

Прийняття до уваги респонсивної репліки надає нам підтвердження того, що адресат стратегії завдання образи розпізнав інтенцію мовця. Зокрема, таким підтвердженням може бути звертання адресата до стратегії завдання образи у відповідь.

1.4.2. Формування дискурсивного матеріалу дослідження

Матеріалом нашого аналізу є коментарі користувачів, організовані у вигляді діалогу (більш поширеним є термін «полілог», проте вважаємо таке уточнення зайвим, оскільки діалог взагалі передбачає будь-яку кількість учасників, а власне інтернет-дискурс визначається як усно-письмовий). Асинхронну діалогічну комунікацію в межах треду можна вважати окремим жанром на основі її структурних та композиційних особливостей: фактично це діалог з великою кількістю учасників. Такі треди можуть функціонувати незалежно у якості самостійних платформ або прикріплюватись до інших платформ – мультимедійних або соціальномережових, входячи до складу більших структур.

Оскільки ми маємо справу з не-реактивним проектом дослідження [356, с. 55], тобто залучаємо готовий матеріал, а не конструємо його самостійно, то першим нашим кроком було компонування вибірки. Ми вирішили використати саме цей багатий, різноманітний та актуальний матеріал, що відображає розвиток сучасних процесів спілкування між користувачами інтернету, оскільки останнім часом все більшого поширення набуває спілкування в соціальних мережах, на форумах, в коментарях до онлайн-публікацій на новинних порталах та ін.

До вибірки потрапили коментарі з німецькомовного сегменту *YouTube* (вибір проходив за популярністю матеріалів), коментарі на сторінках соціальної мережі *Facebook* (розглядалися сторінки потенційно конфліктогенної тематики, зокрема сторінки політичних партій, відомих

громадських та культурних діячів), коментарі до електронних версій публікацій новинних порталів «*Der Spiegel*» та «*Die Welt*», обговорення новин на порталі *www.yahoo.de*, різноманітні незалежні форуми та форуми на сторінках популярних періодичних видань (*Joy, Cosmopolitan, Myself etc.*) – загалом близько 4,6 тисячі умовних сторінок та 1,2 тисячі дискурсивних уривків із реалізацією стратегії завдання образи.

Весь матеріал було розподілено за такими темами: а) політика та економіка (новини, політичні ток-шоу, інтерв'ю, публікації на офіційних сторінках в мережі *Facebook* відомих політиків та політичних партій); б) спорт (відеоматеріали з футбольних матчів, поєдинків з боксу; новини, офіційні фан-сторінки; інтерв'ю з відомими спортсменами); в) мода (спеціалізовані форуми, блоги зірок шоу-бізнесу, відео-блоги, промо-акції відомих брендів, інтерв'ю з відомими моделями та кутюр'є); г) здоровий спосіб життя та мандри (відео-блоги, кулінарні програми та програми про здоров'я; програми про інші країни, традиції, культуру); д) медіа-розваги (стендап-шоу; саркастичні, пародійні та жартівливі роліки, виготовлені представниками німецької молоді, що набрали рекордну кількість переглядів; розважальні ток-шоу; новини зі світу шоу-бізнесу, інтерв'ю за участю зірок, промо-роліки та трейлери до кінофільмів, музичних фестивалів, роліки з концертів та виступів зірок *etc.*); е) інше (форуми різних маргінальних течій типу готів, емо, панків; фан-сторінки зірок, популярних серед молоді; форуми прихильників ретро-стилю; форуми для залежних від психостимулюючих засобів; форуми для прихильників одностатевих відносин; науково-популярні програми та статті; форуми релігійних спільнот *etc.*)

Після отримання цього обсягу матеріалу (145 тематичних обговорень загальним обсягом близько 4,6 тис. умовних сторінок) ми перейшли до визначення у ньому дискурсивних фрагментів, в яких реалізовано стратегію завдання образи. Для верифікації наявності явища у дискурсивних уривках було попередньо проведено дослідження по словниках для встановлення

того, які саме мовні одиниці (лексеми та фразеологізми) слугуватимуть експліцитному вираженню реакції розпізнавання адресатом стратегії завдання образи (зокрема: *Beleidigung, Missachtung, Verachtung, Urteil, Spott, Angriff, Verletzung, üble Nachrede, Frechheit, Unterschätzung, Überhebung, Unhöflichkeit, verbale Aggression*). Для уточнення мовних одиниць ми скористалися даними корпусу DWDS (*Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache*). Тут нами проведено контент-аналіз у вузькому розумінні [336, с. 88-108], тобто кількісний пошук конкретних лексичних одиниць, якими згідно зі словниковими даними адресат може експліцитно висловити розпізнавання, а саме: *Beleidigung, Urteil, Spott, Aggression, Verachtung*. У процесі роботи з фактичним матеріалом було встановлено й інші одиниці, що позначають образу і відповідні дії та психічні стани адресата і мовця: *mit Beleidigungen um sich schmeißen, mit Beschimpfungen jonglieren, j-n niedermachen, j-n rüde angehen, nicht legitime Kritik* і т. д.

Наступним кроком був пошук коментарів з експліцитною кваліфікацією адресатом висловлення як образливого (з використанням лексем, вказаних у двох попередніх пунктах). Така пряма номінація у респонсивних мовленнєвих актах трапляється, проте неоднорідно на різних ресурсах. Найвищий кількісний показник був досягнутий на ресурсі *YouTube*. Окрім того, пряма номінація трапляється і у висловленнях автора вихідного повідомлення, який констатує, що адресат образився, після надходження реакції адресата на вихідне висловлення. Найчастотнішими лексемами на позначення образи виявлено такі: *Beleidigung* (78 %), *Angriff* (11 %), *Verachtung* (6 %), *Urteil* (4 %) та *Verleumdung* (1 %).

Набагато частіше, ніж експліцитно виражене розпізнавання образи, зустрічається імпліцитно виражене розпізнавання, яке виявляється, наприклад у формі зворотної неввічливості (а не лише стратегії завдання образи).

Встановлення критеріїв вибірки та збір фактичного матеріалу витікають із установленого об'єкта аналізу – стратегії завдання образи і

методологічних принципів, що визначають предмет дослідження. Дискурсивні фрагменти, що складають емпіричну базу дослідження, мають містити висловлення, в яких втілюється стратегія завдання образи, та в яких конструюється смисл: «ТИ / ТВОЄ – ПОГАНЕ». До нашої уваги потрапляє поєднання вихідної репліки та репліки-реакції, а також у деяких випадках їх подальший обмін (максимальна кількість таких обмінів становить 7).

Вихідний коментар, в якому реалізовано стратегію завдання образи, може бути як ініціальним, так і респонсивним по відношенню до попередніх комунікативних внесків (*defensive-offensive*) [261, с. 1562-1568], проте важливою є реакція саме на нього з боку іншого користувача як на образливий.

Проте існують випадки відсутності реакції з боку адресата. Інтерпретувати мовчання однозначно неможливо – мовчанню можливо приписувати стільки значень, скільки є суб'єктивних інтерпретацій контексту. Відповіддю на образливу подію може бути стратегічне або вимушене мовчання [351, с. 175; 260, с. 357]; відсутність реакції може бути і результатом особливостей інтернет-простору. Коментар може бути видалений модератором, не помічений, або відсутній через небажання адресата давати відповідь. Такі випадки ми не розглядаємо.

Наше дослідження проводиться в межах когнітивно-дискурсивної парадигми і зводиться до прагмасемантичного аналізу дискурсу (прагматичне дослідження дискурсу, що інтегрує когнітивний підхід), який передбачає також елементи лінгвокультурного та соціолінгвістичного підходів до аналізу дискурсу. Такий підхід не є контраверсійним (порівн.: «Сучасна прагмалінгвістика використовує диверсифіковані підходи до вивчення матеріалу і тому відрізняється гетерогенним характером» [67]).

Прагмасемантичний аналіз проводиться в двох напрямках – прагмадискурсивному та семантико-когнітивному.

У межах прагмадискурсивного напрямку ми залуцаємо здобутки прагматики, насамперед теорію імплікатур Г. Грайса; а також дискурсивного аналізу (в межах якого вивчаються стратегії і тактики) та аналізу діалогу,

оскільки дослідження проводиться на основі чітко окресленого дискурсивного матеріалу, а саме асинхронного діалогічного мовлення в коментарях (як жанру дискурсу) в межах інтернет-дискурсу (як типу дискурсу); ми також залучали здобутки конверсаційного аналізу, як школи, що зосередила свою увагу на вивченні (дещо з формальних позицій) саме бесіди, оскільки матеріалом нашого дослідження фактично є діалог.

У межах семантико-когнітивного напряму залучаємо інференційний аналіз через необхідність роботи зі значеннями комунікативних внесків та залученням фонових знань у вигляді пресупозицій (порівн.: «Модель розуміння дискурсу взаємодіє з моделлю його когнітивної обробки, таким чином роблячи його предметом когнітивної лінгвістики» [63], а також звертаємось до семантичного аналізу мовних одиниць, що включають оцінку, емоційний та експресивний компоненти.

Теорія МА є важливою методичною базою, оскільки пропонує адекватний для нашого дослідження поняттєвий апарат. Ідеться, в першу чергу, про розуміння сутності понять пропозиції, іллокуції, та перлокуції. Ми також залучаємо теорію імплікатур як теорію значень (порушення конверсаційних максим слугують механізмом для виведення імплікатур на базі пресупозицій), що також базується на теорії МА.

Опрацювання зібраного дискурсивного матеріалу починається з індуктивного узагальнення мовного матеріалу та формулювання **гіпотези** дослідження: в сучасному німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі стратегію завдання образи реалізовано засобами мови в експліцитний та імпліцитний спосіб шляхом застосування тактик, специфічних для інтернет-комунікації, із залученням графічних засобів.

Далі відбувається верифікація гіпотези:

а) уточнення гіпотези (шляхом співвіднесення з результатами інших теоретичних досліджень, з методологічними концепціями когнітивної семантики та дискурсивної прагматики на ґрунті вивчення теоретичної літератури);

б) дедуктивний аналіз вживання висловлень, що містять образливий смисл у німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі. Згідно із сформульованою гіпотезою складено паспортні дані кожного прикладу вживання таких висловлень, що відбивають його лінгвопрагматичні та прагмадискурсивні характеристики. Методичний прагмасемантичний аналіз проводився із залученням методів структурно-семантичного, логіко-семантичного, стилістичного, трансформаційного, контекстуального, інтенційного, інференційного аналізу, методів парафразування, експлікації імпліцитного смислу та елементів методик формалізації та кількісних підрахунків;

в) систематизація отриманих даних – складання переліку тактик та засобів (індикаторів) задля реалізації локальної стратегії завдання образи, пропозиційних властивостей висловлень, що містять образу, у сучасному німецькомовному інтернет-дискурсі. Необхідно підкреслити, що терміном «*індикатор*» (*indicating device*) [241, с. 74] ми позначаємо мовні та позамовні засоби, що вказують на можливість реалізації стратегії завдання образи (індикатор не є однозначною ознакою наявності певного явища) [353, с. 100];

г) опис характеристик інтернет-дискурсу, що вплинули на конструювання стратегії завдання образи та вибір тієї чи іншої тактики, а також мовних та позамовних засобів;

д) кількісні підрахунки з метою підтвердження і уточнення частотності отриманих результатів.

Таким чином, **процедура** дослідження є такою:

1. Виокремлення семантичного простору BELEIDIGUNG за допомогою семного аналізу.
2. Пошук та формування дискурсивного матеріалу, в якому реалізовано стратегію завдання образи.
3. Визначення вербальних і графічних засобів реалізації стратегії завдання образи в німецькомовному інтернет-дискурсі.
4. Встановлення параметрів і класифікація тактик.

5. З'ясування моделей аранжування тактик.

6. Встановлення специфічних для інтернету дискурсивних проявів завдання образи: тролінгу, флеймінгу, гіпертексту, інтертекстуальності та креолізації.

Проілюструємо, яким чином проводиться аналіз, на прикладі дискурсивного фрагменту:

(2) 1) <TECHIB LP>: *also ich hab gleich schon Glitch gesehen*

2) <IG Locos> *Wo?*

3) <TECHIB LP>: *hast du eine spieleliste wo eine Mission drin ist die man normalerweise nicht markieren kann*

4) <CreativJumper> +TECHIB LP: *und ich hab gleich deine nicht vorhandene grammatik gesehen...*

5) <TECHIB LP> +CreativJumper: *was bist du denn Deutschlehrer oder Faust-Fan*

6) <CreativJumper> +TECHIB: *Ja drohe mir...jetzt hab ich aber angst (nicht)*

7) <TECHIB LP>: *wie alt bist du 5 dann geh lieber weg hier werden brüste gezeigt unter 18 nicht geeignet ^^*

8) <CreativJumper> +TECHIB: *wtf warum bin ich jetzt 5? du hast doch dein ersten kommentar wie ein 5 jähriger geschrieben!?*

9) <IG Locos>: *Alter hört mal auf zu streiten*

10) <TECHIB LP> +IG Locos: *ja du hast recht so einen muss man ignorieren bringt ja nichts sich aufzuregen er ist einer von vielen die ich net verstehe ;)*

11) <TECHIB LP> +CreativJumper: *alter wenn du willst das alle hier in You Tube perfekt Deutsch sprechen und schreiben sollen dann beschwer dich auf dem Support von You Tube. Soll ich mal ehrlich sein du nervst und jetzt halt dein Mund ansonsten block ich dich und dann ist ruhe im schiff. Ah sorry hab das S von Schiff klein geschrieben jetzt petzt du es auch noch deine Mutti. Sry wollt ich nicht. Pls nicht löschen XD*

12) <CreativJumper> +TECHIB: ...ich habe mein erstes kommentar nur zum spaß geschrieben und was machst natürlich du drohst mir und dann nennst du mich einen 5 jährigen man sollte dich ignorieren weil ich hab dich nicht beleidigt oder dir "gedroht" und ich kann ja nichts dafür das du kein spaß verstehst oder richtige grammatik...

13) <Der Defcon>: +CreativJumper und +TECHIB: ihr haltet jetzt beide die Fresse

14) <TECHIB LP> +CreativJumper: erstens versteh ich unter Spass was anderes und zweitens drohen? du meinst bestimmt das mit Faust-Fan. ^^ Damit meinte ich das Buch über Faust nicht die Faust die man auf die Fresse kriegt. Und mal ehrlich man kann es auch vernünftiger zum Ausdruck bringen wenn jemand einen Fehler im Kommentar hat sollte man nicht so ein "Spass" Kommentar schreiben das geht mir auf dem Sack und andere hier auch. Also überlegt bei nächsten mal was du schreibst wenn du so ein Fehler siehst dann kriegst du auch keine Konter von denjenigen der das Kommentar geschrieben hat.

15) <Joghurt Mensch>: +TECHIB +CreativJumper: Ihr seid beide zwei Spinner, meine Güte. Wenn man Menschen verbessert, sollte man es selbst auch beherrschen. Außerdem, wenn schon Punkte, dann doch auch bitte Kommas.

(http://www.youtube.com/watch?v=husq_mtwk04)

Цей фрагмент складається з 15-ти комунікативних внесків. Репліки № 2, 9, 13, 15 – належать третім особам. Ми свідомо залишили репліки третіх осіб в цьому дискурсивному фрагменті, оскільки полілог – це досить типова ситуація для спілкування на форумах (в цьому випадку форум прикріплений до відео-контенту на ресурсі *YouTube*). Комунікативна ситуація розгортається за участю двох основних комунікантів під ніками *TECHIB LP* та *CreativJumper*. Оскільки реалізація стратегії завдання образи залежить від розпізнавання інтенції мовця та конституювання смислу висловлення адресатом, необхідно дослідити експліцитну або імпліцитну реакцію адресата. У нашому прикладі експліцитна реакція відсутня, проте є імпліцитна реакція, яку необхідно експлікувати за рахунок виведення

імплікатури. Репліка № 4 виявляє удаване порушення максими релевантності і, на перший погляд, не є адекватним комунікативним внеском і не стосується теми, проте на базі когнітивного інференційного методу реконструюємо інтенцію нанесення образи й конструюємо такий смисл (тут і далі ми експлікуємо імплікований образливий смисл за допомогою логічного знаку «+>» («випливає дискурсивно»)): +> *Du machst grammatische Fehler.*

Висловлення № 5 демонструє розпізнавання інтенції користувачем *TECHUB LP*, що імпліцитно виражає його саркастична реакція: +> *Du bist sicherlich kein Deutschlehrer und auch kein Fan von Goethe. Für Hipster ist es gar nicht typisch. Du bist selber in Grammatik nicht so gut beschaffen, wieso machst du Bemerkungen?*

Висловлення № 6 демонструє, що користувач *CreativJumper* вбачає погрозу у висловленні № 5. За допомогою логічної інференції робимо висновок: +> *Du drohst mir jetzt.* Експлікуємо імпліцитний смисл модальної частки *ja* за допомогою пошуку адекватних імплікатур-парафраз [Burkhard 1989].

Висловлення № 7 демонструє наростаючу зневагу через приписування адресату дитячого віку та співвіднесення таким чином його особистих якостей з якостями дитини, в першу чергу – необізнаністю. Імплікатура, яку можливо вивести в даному випадку: +> *Du bist klein und dumm. Wir sind hier auf einem Portal für Erwachsene, deswegen bist du hier falsch gelandet.*

Конфлікт розгортається, норми нетикету порушуються за рахунок використання ненормативних виразів (*wtf* – *what the fuck*). Зворотній натяк на необізнаність втілюється за допомогою стилістичного прийому порівняння. Елемент № 11 є багатошаровим та складається з 5-ти висловлень. Підкреслено нещира порада звернутись до модераторів ресурсу *YouTube* містить імплікатуру (+> *Es ist nicht möglich, dass alle immer grammatisch richtig sprechen und schreiben. Du kannst dich aber lächerlich machen und dich an den Moderator mit so einer Idee wenden*); вороже ставлення підкріплюється експліцитним вираженням роздратованості за допомогою асерції з лексемою

nerven та подальшою погрозою заблокувати. Стилістичним ефектом є метафора *Ruhe im Schiff*. Для підсилення ефекту використовується сарказм (з демонстрацією явної нещирості) та підбурювання з метою ще раз вказати на те, що саме викликало образу +> *Du weist die anderen auf ihre Fehler (im Publikum hin). Das gefällt mir nicht. Du kannst noch einmal beweisen, dass du dumm bist und petzen, wie du schon in meinem Fall gemacht hast.* Підсилювальним стилістичним засобом є використання зменшувального *Mutti* задля посилення асоціацій з якостями дитини. До того ж використовуються акроніми *Sry* та *Pls*, а також емотикон (у вигляді графемі) *XD*, що виражає сміх, в цьому випадку – глузування. У фрагменті № 12 користувач виправдовується, пояснює, що пожартував, та намагається з'ясувати, чому йому погрожують та порівнюють з дитиною. Він експліцитно виражає небажання на початку бесіди завдати образи, а також нерозуміння агресивної поведінки користувача *TECHIB LP* у відповідь. В елементі № 13 через полісемічність лексеми *Faust* виникло непорозуміння. Користувач сприйняв вираз *Faust-Fan* як загрозу, оскільки інтерпретував лексему *Faust* як «кулак». В елементі № 14 користувач *CreativJumper* дає пояснення, що він, по-перше, мав на увазі героя п'єси Й. В. Гете «Фауст», а отже натякав, метонімічно використавши назву класичного твору, на (не)освіченість взагалі; по-друге, він вказав на те, що жарт був невдалим і що наступного разу задля уникнення сутичок варто краще обміркувати, вказувати на чужі помилки чи ні. Емоційного забарвлення висловленням надає використання заниженої лексики: *die Fresse, auf den Sack gehen*. Важливим засобом є метафора. У фрагменті № 11 *Ruhe im Schiff* використано як метафору з метою надання більшої експресивності (за рахунок образності) висловленню, що входить до комунікативного внеску, де міститься висловлення з імпліцитною образою, в даному випадку в якості захисної стратегії.

Для пошуку морфологічних індикаторів ми застосовуємо граматичний аналіз. У прикладах № 6, 7, 11 ми бачимо дієслова в наказовому способі, що може бути проявом неповаги.

Отже, ми сформулювали гіпотезу про те, що в сучасному німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі стратегію завдання образи реалізовано засобами мови в експліцитний та імпліцитний спосіб шляхом застосування тактик, специфічних для інтернет-комунікації, із залученням графічних засобів.

Аналіз зібраного нами дискурсивного матеріалу, проведений з використанням великого комплексу методик, дозволив дещо уточнити попередню робочу гіпотезу та підтвердити її в цілому. Зокрема було виявлено особливу роль індикаторів, які вказують на можливу наявність у дискурсі стратегії завдання образи.

Висновки до розділу 1

1. У соціології, психології, юриспруденції образа розглядається в межах мовленнєвої агресії, мовного насилля та як прояв ворожості. Акцент у цих дослідженнях робиться на причинах такої поведінки та на реальних емоційних станах комунікантів, що для нашого дослідження не є релевантним. Натомість ми концентруємось на результаті – появі комунікативних внесків, які можуть відображати певні емоційні стани (реальні чи ні), ставлення до адресата, виражати оцінку. Окрім того, в межах правової лінгвістики поняття образи звужується до дискримінації та зводиться до простої формули з буквальним значенням. Ми ж розглядаємо образу як більш широке поняття.

2. Образа потрапляла до фокусу уваги лінгвістів як лінгвокультурний концепт, як тип оцінних суджень та як мовна форма (обсценна лексика тощо) або форма поведінки (конфліктна, агресивна, невічлива). Стратегічні аспекти образи досліджувались у межах вивчення конфронтації та невічливості, проте у нашому дослідженні завдання образи вперше розглядається у якості стратегічної дії в німецькомовному інтернет-дискурсі.

3. Стратегія є комунікативним наміром мовця, сформованим на підставі використання суспільного досвіду для власних індивідуальних потреб і

бажань, і, водночас, мовною об'єктивацією цього наміру. Глобальною стратегією нашого дослідження є конфронтація, локальною – стратегія завдання образи, яка, в свою чергу, реалізується в низці тактик за допомогою вербальних та графічних засобів. Завдання образи розуміємо як конфронтаційну локальну стратегію, реалізовану мовцем з метою завдання емоційного болю адресату через негативну оцінку його особистості у цілому, окремих характеристик або поведінки. Мінімальною формальною одиницею дискурсу для реалізації стратегії завдання образи є контекстуалізоване висловлення, яке відображає реалізований мовленнєвий акт.

4. У межах когнітивно-комунікативної парадигми, що спирається на ідеї постмодернізму та постструктуралізму, до аналізу залучається інтернет-дискурс як особливий контекст комунікації та матеріал аналізу. Інтернет-дискурс є частиною віртуального дискурсу, що є обмеженою виключно інтернет-мережею. Це мисленнєво-комунікативний феномен, єдність процесу і результату мовленнєвої діяльності користувачів інтернет-платформ.

5. Спілкування в реальному та віртуальному дискурсі вимагає від комунікантів адекватних компетенцій. У віртуальному просторі нівелюються або зміщуються деякі важливі ознаки учасників реального дискурсу (наділення владою, симетричність / асиметричність соціального статусу, вік), що дозволяє створити новий комунікативний простір, в якому є можливості для конструювання ідентичності. При цьому сконструйована ідентичність не перестає бути реальною особистістю з певними потребами, уявленнями про норму, зануреною в свій особливий контекст, який частково актуалізується під час спілкування в інтернеті. Інтернет-простір є новим типом соціальної практики та середовища у широкому сенсі, що мінімізує ризики користувача, дає повною мірою проявитися агресивній мовленнєвій поведінці та спробам завдання образи.

6. Висловлення, в якому реалізовано стратегію завдання образи, може бути як ініціальним, так і респонсивним по відношенню до попередніх

комунікативних внесків. Дискурсивний смисл досліджуваного нами явища, а саме стратегії завдання образи, становить: «ТИ / ТВОЄ – ПОГАНЕ», тобто образливі висловлення експліцитно чи імпліцитно містять аксіологічний компонент. Зазначеним висловленням притаманні такі ознаки, як наявність негативної оцінки (експліцитної або імпліцитної) адресата (соціальних груп, до яких він належить; його цінностей; особистих якостей; компетентності; гідності або його поведінки), а також залучення адресата до комунікативної ситуації.

За нашими даними, пропозицію, що є підґрунтям смислу висловлення, яким учасник німецькомовного діалогічного інтернет-дискурсу завдає образу своєму комунікативному партнерові, виражено здебільшого імпліцитно, тобто інтендований смисл образливого висловлення реконструюється адресатом шляхом інференційного виведення імплікатури. Наявність реалізованої стратегії завдання образи нами верифіковано за реакцією адресата.

7. Дискурсивний матеріал дослідження сформовано на підставі аналізу 145 тематичних обговорень обсягом близько 4,6 тисячі умовних сторінок, з яких отримано 1200 дискурсивних фрагментів (у яких реалізовано 2151 випадок завдання образи). Вибірка включає коментарі з німецькомовного ресурсу *YouTube*, коментарі на сторінках соціальної мережі *Facebook*, коментарі до електронних версій публікацій новинних порталів «*Der Spiegel*», «*Die Welt*», обговорення новин на порталі *www.yahoo.de*, різноманітні незалежні форуми та форуми на сторінках популярних періодичних видань (*Joy, Cosmopolitan, Myself etc.*).

8. Процедура дослідження є такою: 1) виокремлення семантичного простору BELEIDIGUNG за допомогою семного аналізу; 2) пошук та формування дискурсивного матеріалу, в якому реалізовано стратегію завдання образи; 3) визначення вербальних і графічних засобів реалізації стратегії завдання образи в німецькомовному інтернет-дискурсі; 4) встановлення параметрів для виокремлення тактик і їх класифікація; 5)

з'ясування моделей аранжування тактик; б) встановлення специфічних для інтернету дискурсивних проявів завдання образи: тролінгу, флеймінгу, гіпертексту, інтертекстуальності та креолізації.

Семантичні та лінгвопрагматичні властивості висловлень, що містять образ, у німецькомовному інтернет-дискурсі встановлюються у роботі із застосуванням методів структурно-семантичного, логіко-семантичного, стилістичного, трансформаційного, контекстуального, інтенційного, інференційного, мовленнєвоактового аналізу, методів парафразування, експлікації імпліцитного смислу та елементів методик формалізації та кількісних підрахунків.

Основні положення цього розділу відображено в працях автора [206; 207; 208; 210; 211; 212].

РОЗДІЛ 2

ВЕРБАЛЬНІ І ГРАФІЧНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ЗАВДАННЯ ОБРАЗИ В НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ

У цьому розділі мовні (лексичні та синтактико-граматичні) і позамовні (візуально-графічні) засоби завдання образи простежуються відповідно до окремих тактик, що втілюють стратегію завдання образи в німецькомовному інтернет-дискурсі. Інтернет-дискурсу при цьому притаманне аранжування тактик, що зумовлює розмитість меж окремих тактик та часткове перетинання засобів їх реалізації.

2.1. Семантичний простір BELEIDIGUNG у сучасному німецькомовному дискурсі

Існування поняття BELEIDIGUNG (ОБРАЗА) як такого в свідомості людей є передумовою для функціонування висловлень, в яких втілено стратегію завдання образи як прямими – експліцитними, так і непрямими – імпліцитними мовними засобами.

За визначенням Г. В. Кусова, концепт ОСКОРБЛЕНИЕ (ОБРАЗА) – це сукупність стереотипів мовленнєвої поведінки, що являє собою механізм вербалізації засобів негативного викривлення соціального «портрету» мовної особистості, акт, за допомогою якого досягається домінантне положення особи [113].

Важливим є розуміння того, яке значення має сьогодні слово *die Beleidigung* («образа»), тобто розуміння того, яка саме структура знання стоїть за цією лексемою і в ній зафіксована. Згідно зі словниковими даними [<http://www.duden.de/rechtschreibung/beleidigung>; LANGENSCHIEDT

Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache, 2013], лексема *die Beleidigung* має такі значення у сучасній німецькій мові:

Beleidigung, die 1. *Eine Äußerung oder eine Handlung, die jemandes Gefühle verletzt* [висловлення або дія, що зачіпає чиїсь почуття]; *<eine schwere Beleidigung; eine Beleidigung zurücknehmen; sich für eine Beleidigung entschuldigen>*; *Affront; Injurie* [глузливе знуцання / неповага] *<diese Äußerung stellt eine persönliche Beleidigung dar>*; 2. *das Beleidigen; das Beleidigtwerden* [завдання образи; образа (як результат)]; 3. *nur Sg; das Kränken, Beleidigen (1)* т. одн. [ураження, завдання образи]; 4. *<eine Beleidigung für das Auge / Ohr> etwas, das sehr schlecht aussieht / klingt* [образливий для органів чуття – для очей / на слух. Щось, що погано виглядає / звучить].

Метод узагальнення словникових дефініцій та семної інтерпретації словникових дефініцій [183, с. 5, 21-22] дозволив нам вивести ознаки поняття ОБРАЗА (від ОБРАЖАТИ):

Ядерна сема поняття – заподіяння моральної шкоди, завдання жалю (*Leid zufügen*).

Диференційні семи (у дужках наводимо назви тактик завдання образи, з якими корелює відповідна сема):

- 1) зачеплення честі й гідності індивіда (тактика п р и н и ж е н н я);
- 2) навмисне завдання душевного / емоційного болю (тактики у р а ж е н н я та г л у з у в а н н я);
- 3) злочинне навмисне приниження честі й гідності / вираження зневаги, або неповаги, що спрямовані проти прав індивіда (тактика д и с к р и м і н а ц і ї (включаючи підтип тактика н а в і ш у в а н н я я р л и к і в; дискримінація в сучасній німецькій та англійській мовах розуміється ширше);
- 4) вираження неповаги до когось, применшення значення когось чогось, применшення авторитету, підрив довіри (тактика д и с к р е д и т а ц і ї);

- 5) лаяння, порочення, ганьба (тактика с п а п л ю ж е н н я);
- 6) неприємність для органів чуття, з моральної або естетичної точки зору (у нашому дискурсивному матеріалі не представлено).

Згідно з даними «*Digitales Wörterbuch der Deutschen Sprache der Berliner Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften*», етимологія лексеми *Beleidigung* є наступною (у круглих дужках подано час виникнення відповідного значення):

Beleidigung ↑*beleidigen* Vb. **1.** <*Leid, Schaden zufügen*> (*spätmhd. Beleidigen* “*verletzen, schädigen*”; *präfigierte Variante von ahd.tr.leidigōn* “*Leid zufügen, betrüben, verwirren*”), *fnhd. auch von Krankheiten, Schädlingen* (16. Jh.; *DWb*) [Нанесення шкоди, завдання жалю]; **2.** *Als Rechtsbegriff syn. mit “beeinträchtigen“* <*Etwas gegen die Rechte eines andern thun*> (18. Jh.); в сучасному правовому розумінні поняття *Beleidigung* визначається як <*nach außen dringende Kundgabe der Missachtung oder Nichtachtung eines anderen. Sie kann sich gegen einzelne Personen, Personengemeinschaften oder gegen allgemeine Personenmehrheiten richten. Die B. ist vor allem möglich als einfache B. (z.B. Formalbeleidigung), üble →Nachrede oder →Verleumdung (Beschimpfung)*> [Образа – це явна демонстрація неповаги або зневажання / применшення значення по відношенню до іншого. Вона може бути спрямована проти окремих особистостей, спільнот або загальних угруповань. Образа проявляється в першу чергу в простій формі (наприклад, формальна образа) у вигляді наклепу або лихослів'я]; **3.** <*jmds. Ehre angreifen; kränken, verletzend behandeln, betrüben, höhnen, spotten*> (*mhd. leidegen, leidigen* “*betrüben, kränken, verletzen*” (*dieses vom Adjektiv ahd. leidīg, mhd. leidec, s. oben*); *dazu Beleidigung f. ‘Kränkung’, spätmhd. beleidigunge* ‘*Schädigung, Kränkung*’ *neben älterem ahd. leidigunga* ‘*Schaden, Unheil*’ (*um 1000*), *spätmhd. leidegunge* ‘*Beleidigung, Verletzung*’ [зачеплення честі, гідності; принизливе ставлення; засмічування; висміювання].

[режим доступу <http://www.dwds.de/?qu=Beleidigung>]

Аналіз структури значення лексеми *Beleidigung* за методикою О. Морозової [138, с. 15] з урахуванням наявності тих чи інших сем, репрезентованих так званими ідентифікаторами (тобто словами, що застосовуються у словникових дефініціях лексеми *Beleidigung*) у її різних лексико-семантичних варіантах, їх буквральності та часу виникнення, дозволяє виявити її ядерну семантичну ознаку, що визначає онтологічну сутність її позначуваного: «дія або висловлення (як результат мовленнєвої дії), яка спрямована проти почуттів людини» (*Gefühle verletzen; Ehre angreifen; Leid, Schaden zufügen; dem moralischen Sinn zuwider sein*).

Аналіз семантики ідентифікаторів виявляє такі семи:

1) гносеологічну – «нанесення шкоди», що відбивається у словах *beeinträchtigen, kränken, verletzen*.

2) аксіологічну – «негативна оцінка», що втілено у словах *Leid, Schaden zufügen* (спричиняти шкоду), *Kundgabe der Missachtung* (демонстрація зневажливого ставлення); *dem moralischen oder ästhetischen Sinn zuwider sein* (неприємний з моральної або етичної точки зору).

За даними різних словників, до єдиного семантичного простору з лексемою *Beleidigung* потрапляють наступні лексеми, в яких частково об'єктивується концепт *BELEDIGUNG*:

1) *Verachtung (Missachtung), Grobheit (derbe Unhöflichkeit), Spott, Angriff, Verleumdung, Verwünschung, Unhöflichkeit, Überhebung (Frechheit)* [Paul H. Deutsches Wörterbuch / H. Paul. – 9., vollst. neu bearb. Aufl. / von H. Hanne und G. Objartel. – Tübingen : Max Niemeyer Verlag, 1992. – 1130 S. S. 110-11];

2) *Beleidigung, Ächtung, Affront, Ausfall, Beschimpfung, Demütigung, Desavouierung, Diffamierung, Diskreditierung, Ehrverletzung, Erniedrigung, Herabsetzung, Herabwürdigung, Insult, Kränkung, Rufmord, Schmähung, Verletzung, Verleumdung, Verunglimpfung.* [Wortschatz Universität Leipzig]; 3) *Beleidigung, Kränkung, Verletzung, Ausfall, Affront, Invektive, Injurie, Verbalinjurie,*

Ausfälligkeit, Beschimpfung, Polemik, Insult, Insultation, Anfeindung, Missachtung, Verunglimpfung, Canossagang, Ehrverletzung, Schmähung, Herabsetzung, Diskriminierung, Diffamierung, Verleumdung, Pöbelei, Tort, Infamie, Verlästerung, Demütigung, Entwürdigung, Erniederung, Sexismus [Textor A.M. Sag es treffender / A.M. Textor. – Essen : Verlag Ernst Heyer, 2006. – 544 S. S. 31].

3) *Beleidigung, Ehrenkränkung, Kränkung, Verletzung, üble Nachrede, Realinjurie, Verbalinjurie, Spott, Hohn, Schimpf, Blamage, Demütigung, Diskriminierung, Schande, Schmach, Skandal, Beschimpfung, Blasphemie, Verletzung, Verleumdung, Affront, Insult, Insultierung, Schmähung, Schimpfrede, Schimpfwort, Schmähe, Schmähere, Schmähwort; (bildungssprachlich) Diffamie, Invektive; (abwertend) Begeiferung; (veraltet) Lästerung, Malediktion, Retourkutsche Revanche, Vergeltung, Herabsetzung, Herabwürdigung, Schmach, Verletzung; (gehoben) Schmähung, Verunglimpfung; (bildungssprachlich) Diffamierung, Diskreditierung, Ausfall, Attacke, Aggression, Feindseligkeit, Kritik, Tadel, Vorwurf (Sport) Angriff, Offensive, Sturm* [<http://www.duden.de/suchen/dudenonline/beleidigung>].

Щоб детальніше розібрати значення поняття ОБРАЗА – BELEIDIGUNG, ми розглянули його також у контексті зі спорідненими поняттями, а також різні мовні засоби вираження цих понять, в тому числі ідіоматичні. Усі зазначені лексеми або є вихідними лексемами словникової статті, або включені до єдиного смислового ряду наведених нижче лексем.

Виокремимо ідіоматичні та сталі вирази на позначення поняття BELEIDIGUNG: *j-m auf den Schlips treten (sich auf den Schlips getreten fühlen); j-m einen Schlag versetzen; j-n bis (ins) Mark treffen; j-n/ sich unmöglich machen; j-m ans Bein pinkeln; j-m etwas vor den Kopf knallen; j-m auf den Fuß/ die Füße treten; j-m auf die Zehen treten; j-m zu nahe treten/ kommen; j-n vor den Kopf hauen/ schlagen; j-n vor den Kopf stoßen; j-m auf den Schwanz treten; j-n ins Herz treffen; j-m auf die Hühneraugen treten; j-m einen Tritt vors Schienbein verpassen*

(*j-m vors/ vor Schienbein treten*); *ins Fettnäpfchen treten*; *j-n im Innersten treffen*; *j-n anficken*; *j-n anpöbeln*; *persönlich werden*.

Наведемо деякі з цих споріднених понять: *Verachtung* (*Missachtung*, *Nichtbeachtung*), у значенні «недооцінювати»; *Grobheit* (*derbe Unhöflichkeit*) у значенні «грубість, явна невічливість»; *Spott* у значенні «висловлення або поведінка, що характеризується злим висміюванням помилок, або почуттів інших»; *Angriff* у переносному значенні «завдання образи»; *Aggression* «агресія»; *Fluch* «лайка»; *Diskriminierung* «дискримінація» у значенні «применшення, заниження цінності»; *Diskreditierung* у значенні «дискредитація, погіршення соціального портрету особистості»; *Verleumdung* «наклеп»; *Verunglimpfung* «спаплюження»; *Kränkung* «ураження (чийось почуттів)».

Тлумачні словники та словники синонімів окрім значення «образа, зневажання честі й гідності людини словом або дією» не наводять метафорично переосмисленого значення «бути неприємним для органів почуття (наприклад, з естетичної точки зору)». Проте це значення зафіксоване в етимологічних словниках і є досить поширеним в узусі.

Отже, виходячи з результатів аналізу словникових дефініцій, центральною лексемою для проаналізованого концептуального поля буде лексема *Beleidigung*.

Етимологічно поняття «образа» є більш давнім, ніж «агресія», «конфлікт» та «неввічливість». Проте із розвитком суспільства та виробленням нових правил і норм співіснування, відбулось метафоричне переосмислення поняття «агресія», що набуло переносного значення – завдавати шкоди не тільки фізичної, але й завдати шкоди моральної через відповідну агресивну мовну поведінку. А однією з можливих стратегій реалізації конфронтаційного ставлення є завдання образи, що ми детально описали в першому розділі. Проаналізувавши мовні одиниці (лексеми, ідіоматичні висловлення та фразеологізми), можна виокремити єдину

концептуальну основу, а саме <заподіяння моральної шкоди> через зазначення слабкостей людини, демонстрацію неповаги, зневагу до цінностей людини, її соціальної приналежності, спробу зачепити почуття людини (засмутити, викликати обурення, принизити честь і гідність).

2.2. Вербальні і графічні засоби реалізації тактик завдання образи в німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі

У німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі стратегія завдання образи реалізується через низку тактик, кожній з яких притаманний свій спектр вербальних (лексичних, граматичних, пунктуаційних) та графічних засобів. Було виокремлено такі тактики:

1) тактика д и с к р и м і н а ц і ї, суть якої полягає в негативній оцінці соціальної приналежності адресата (вік, стать, раса, національність, членство в партії, група за інтересами, конфесійна приналежність). В основі цієї тактики лежить опозиція «МІ-група» :: «ВОНІ-група», причому адресат сприймається як носій певної соціальної категорії. Зазначимо, що належність до певної групи не обов'язково є реальною, вона може й приписуватися мовцем адресатові (так зване навішування ярликів);

2) тактика с п а п л ю ж е н н я, яка зводиться до негативної оцінки цінностей, моралі, віросповідання, філософії, світогляду, смаків, інтересів адресата. Ця тактика пов'язана із ціннісною картиною світу адресата;

3) тактика у р а ж е н н я, яка міститься в негативній оцінці зовнішності, ментальних здібностей, особистих якостей тощо, тобто різних аспектів структури особистості;

4) тактика д и с к р е д и т а ц і ї, що полягає в негативній оцінці компетентності, вмінь, навичок, результатів праці;

5) тактика п р и н и ж е н н я, яка передбачає негативну оцінку категорій, пов'язаних з честю та гідністю суб'єкта, якого ображають;

Одним з показників наявності тактики є реакція-відповідь, яка в експліцитний або імпліцитний спосіб демонструє розпізнавання адресатом наміру мовця.

Підкреслимо, що стратегічні дії надто складні та різноманітні за своєю природою, і неможливо описати всі реальні ситуації спілкування єдиною формулою або виділити єдиний сталий набір тактик. Тому ми цілком визнаємо, що запропонована нами класифікація передбачає доповнення та уточнення і не претендуємо на її повноту та завершеність.

Отже, образливе висловлення має містити негативну оцінку (експліцитну або імпліцитну) [145], а безпосереднім адресатом висловлення – оцінюваний учасник комунікативної ситуації.

Посилання на об'єкт оцінки може відбуватись у прямий спосіб (експліцитно), коли певний об'єкт вербалізовано, або в непрямий спосіб (імпліцитно), коли цей об'єкт не вербалізовано. Кількісне співвідношення між експліцитно / імпліцитно зазначеним об'єктом оцінки та експліцитно / імпліцитно вираженою негативною оцінкою загалом по всьому дискурсивному матеріалу показано в додатку В (табл. 1).

Як вже зазначалось, оцінка та аксіологічний компонент в тій чи іншій мірі присутні в усіх випадках реалізації стратегії завдання образи, а отже і в тактиках, бо вони співвідносяться зі стратегією за схемою «частина – ціле». Об'єктами негативної оцінки користувачів форумів та соціальних мереж можуть виступати особистість в цілому (тактика приниження), тобто інший користувач, а також різні аспекти особистості: його цінності (тактика спаплюження), належність індивіда до певної групи (тактика дискримінації), недоліки і вади індивіда (тактика ураження), навіть псевдо-якості індивіда, як їх бачить мовець (навішування ярликів у межах тактики дискримінації). В інших випадках об'єктами негативної оцінки є комунікативні дії інших користувачів – зміст повідомлень, графічне оформлення і т. ін. (тактика дискредитації та тактика глузування). Приблизно 42 % тактик, що містять негативну оцінку і реалізують стратегію завдання образи, становить саме

дискредитація стосовно змісту висловлення, правопису та інших параметрів комунікативних внесків учасників обговорення.

Зібраний матеріал було проаналізовано також з точки зору іллокутивних типів мовленнєвих актів, у яких реалізується стратегія завдання образи. З'язувалося, що у виділених нами тактиках представлені всі 5 типів іллокуції (за класифікацією Дж. Серля [338]): асертиви, директиви, комісиви, експресиви та декларативи. Проте жодних закономірностей у розподілі їх за тактиками виявлено не було.

2.2.1. Тактика дискримінації

Тактика дискримінації реалізує локальну ціль донести до адресата думку, що відповідає імплікатурі: «Ти поганий, оскільки ти представник поганої групи (за різними соціальними параметрами, такими як вік, стать, національність, расова приналежність, членство в партії або групі за інтересами, належність до конфесії і т. д.)». В основі тактики лежить когнітивна рамка, що представляє опозицію «МИ-група :: ВОНИ-група». В цілому тактика дискримінації становить 17,3 % в зібраному нами дискурсивному матеріалі, однак показники сильно варіюються залежно від тематики: від 67 % на порталах новин до повної відсутності, наприклад, на закритих форумах за інтересами. Під час реалізації тактики дискримінації (не)вербалізованими, тобто імпліцитно чи експліцитно вираженими, є категорії, що пов'язані із соціальною та груповою приналежністю: вік, стать, раса, національність, членство в партії, групі за інтересами, конфесійна приналежність.

Найчастіше (у 52,7 % випадків) експліцитно виражена негативна оцінка поєднується при реалізації цієї тактики з експліцитним посиленням на об'єкт оцінки. Докладніше – див. додаток В (табл. 2).

У наведеному нижче прикладі пряма номінація поєднується з експліцитною оцінкою (варто зазначити, що емотикон у наступному прикладі не надав ініціальному коментарю пом'якшувальної ігрової тональності):

(3) <Majora M.>: *wieso nazi, ob serbe, deutscher vlt is er ja sogar kurde du dummer türke* 😏 😂.

<BlackTitan HD>: *Bestimmt auf anderen Seiten stalken und Gehässigkeiten hinterlassen juhuu* 🤪 😏 🤪

(https://www.youtube.com/watch?v=J_h5ymRJRUK)

Типовою є активація опозиції «МИ-група :: ВОНИ-група», що проявляється в багаторазовому повторі займенників, а також лексем із семами негативної оцінки. Пряма номінація поєднується з експресивним синтаксисом:

(4) <jet lee>: *Du bist jetzt nun erbärmlicher negrid... Wenn Du zur negriden Rasse gehörst, so soll Dir Dein schlechtes Benehmen v e r g e b e n sein!*

<Blutendes Ohr>: *Warum stirbt die überschwängliche beleidigende Dummheit von Nazis nicht aus? Sie sind ganz einfach ignorant und lern-resistent. Falls der Horizont nicht ausreicht Frau Wagenknecht zu folgen, sollten keine Kommentare abgegeben werden.*

Ein Besuch beim Arzt und eine Einnahme von beruhigenden Pillen ist angesagt. Vielleicht gibt es Pillen zur Horizonterweiterung, die die Intelligenz fördern.

(<https://www.youtube.com/watch?v=sDeL89PpS-E>)

Показовим є підкреслення «правильності» власної групи через використання умовного способу. У наведеному прикладі пряма номінація категорії національності посилюється okazionalizmom *Scheinreligion*.

(5) <Ghulpisse>: *Respektlos wäre es, wenn wir euch Muslime rauswerfen, oder bekämpfen würden. Aber wie die Muslime in diesem Video hier seid ihr nur die ersten Opfer dieser Scheinreligion. Wir werden Euch Muslime die Hand doch reichen und euch von dem alten Islam befreien. In der jetzigen Form wird der Islam in Europa nicht überstehen. +> Du bist schlecht, weil du zu einer anderen Konfession gehörst.*

<BuraakCimbom>: Respektlos einfach und dann erwartet ihr von uns mehr Respekt.

(<https://www.youtube.com/watch?v=KxBVTkAe-aI>)

Частотними є випадки вживання прямої номінації із сарказмом.

(6) <Mirror of Society>: dass du nicht interlektuell geschrieben hast grenzt an ein wunder.

<ColdHeartedMan86>: Ah, DAS ist also der berühmte Sozen-Humor, oder wie? Und die (nicht vorhandene) Intelligenz, in der sich der gemeine Linke so gerne suhlt, ist hier auch schön zu erkennen; ich meine, so Syntax und Interpunktion und so. Aber über andere lustig machen ... war halt ein Griff ins Braune, meine liebe. +> Du bist schlecht, weil du zu einer anderen Gruppe gehörst.

<Mirror of Society>:sind dir die fürze zu kopf gestiegen? nicht dass da irgendwas kaputt gehen könnte... dir kann man vernunft nicht einmal mit einer eisenstange einbläuen – aber ich würde es trotzdem gern versuchen. viel spaß noch beim dumm sein, du bildungsopfer. gibt ja sicher noch ein paar die dich noch nicht geblockt haben. ;)

(<https://www.youtube.com/watch?v=0xS7q5sZnu0>)

Експліцитне називання групи, до якої належить адресат у багатьох випадках поєднується з експліцитною негативною оцінкою, у наведеному прикладі – за рахунок дієслова зниженої стилістики. Причому спостерігається така закономірність, що іменник – назва означеної групи, постійно поєднується із займенником (яким цей іменник мав би заміщуватись). Безпосередньо перед мовленнєвим актом, в якому реалізована тактика, ми бачимо аргументацію, де також надано оцінку розумових здібностей і характеристику різних футболістів з метою посилення стратегії завдання образу негативним описом тих, за кого вболівають фани:

(7) <WaterMelonFan1>: Ich sagte ich mag die meisten nicht, Neuer und Götze können ne Judas-WG gründen, Robben mit den Schwalben fliegen, Lahm kann sich in die Grundschule setzen und Ribery noch ein paar minderjährige

bumsen ;) Euer Vorstand ist zum kotzen und die Art von euch Fans ist auch zum kotzen.

<DeutschesImperium>: Straftat heul heul.

(<https://www.youtube.com/watch?v=ohI02IdRaaI>)

Типовим для цього типу тактики є використання риторичних питань або дієслів у наказовому способі. Часто це поєднується з надмірним використанням часток або, як у цьому випадку, займенників:

(8) <Viktor M>: Warum flüchten muslims aus islamischen ländern nach Europa/Deutschland? Ihr wollt den islam aber flüchtet vor dem islam. Geh doch dahin wo Du hergekommen bist wenn du wahrhafter muslim bist. Da könnt ihr euren barbarischen islam richtig ausleben, aber nicht hier nach Deutschland kommen und das land kaputtmachen. +>Du bist schlecht, weil du zu einer anderen Konfession gehörst.

<Büdra Körpes>: warum macht ihr doofe christen sowas ?! sagen wir zu eurer bibel das stimmt nicht?? was soll das wir glauben an den ISLAM Ellhamdullilah wir sind für immer MOSLEMS ... ICH HASSE SOWAS !! benimmt euch sonst komm ich und beleidige euer christentum. MasAllah was eine schöne geschichte InsAllah kommt ihr die an Allah und dem Kuran glauben und es verdient haben in den PARADIES InsAllahAmin....

<Patric Oesch>: Ihr seid so unwissend. Ihr wisst das im Koran die Erde als Scheibe beschrieben wird. Und du sagte deine Frau sei glücklich `? Du darfst die ja laut koran schlagen. Du hat keine Anung. Wer vergibt euch eure Sünden ????? Jetzt gross quatschen und dann Christen verfolgen. Wie Pier Vogel. Ein Witz

(<http://www.youtube.com/watch?v=fLC78JX9nVU>)

Малочастотними є випадки, коли стратегія завдання образи реалізується через зазначення адресата через категорію статі (лексема *pussy* на позначення особи жіночої статі та словосполучення *auf Dauerperiode sein*, що маркує інтимну сторону життя жінки). Ми пояснюємо таке спостереження особливостями культури німців та наявністю рівноправ'я між жінками та чоловіками. Проте такі випадки трапляються. У наведеному

прикладі в респонсивній репліці імплікатура «Ти – поганий, оскільки належиш до іншої статі» експлікується завдяки лексичним засобам, що виражають негативну оцінку: *rumheulen*, *belanglos* у супроводі посилювальної частки *solch*.

(9) <I6babacool>: *keineswegs, ich unterhalt mich nur nicht mit pussys, die sich den ganzen lieben langen tag nur beschweren und auf dauerperiode sind*.
+> *Du bist schlecht, weil du Frau bist*.

<Sabrina S >: *wie kann man als kerl so rumheulen? und dann auch noch über solch belanglose dinge? verstehst es jetzt?* +> *Du bist schlecht, weil du Mann bist*.

<I6babacool>: *Schätzchen, für so eine «belanglose Angelegenheit», bist Du aber schon etwas zu lange hier präsent – findest Du nicht?*

(<https://www.youtube.com/watch?v=Ixt0Y9tRlQo>)

Для тактики дискримінації показовим є також використання невинного узагальнення. У таких випадках можуть бути відсутні будь-які мовні або мовленнєві індикатори. У наведеному прикладі ініціальна репліка реалізує тактику дискримінації через протиставлення тих, хто входить до фан-групи репера із сценічним іменем *Bushido*, та тих, кому він не подобається.

(10) <Markus Mund >: *Die Leute die hier was gegen Bushido schreiben sind die Leute die mit dem Bus fahren* +> *Ihr seid schlecht, weil ihr zur Fan-Gruppe nicht gehört*

<Corin Kaercher> *Sinn?*

(<https://www.facebook.com/Bushido/?fref=ts>)

Особливий різновид тактики дискримінації становить навішування ярликів. Від інших випадків дискримінації ця тактика відрізняється лише тим, що віднесення адресата до певної групи не відповідає дійсності, бо робиться мовцем надто суб'єктивно, а то й взагалі безпідставно.

Тактика навішування ярликів базується на стереотипах та реалізується двома способами: 1) через експліцитні номінацію / порівняння або 2) завдяки

алюзіям (проведенню асоціацій між негативно маркованими прецедентними феноменами та адресатом; креативні метафори (*ad hoc*) у якості імпліцитного порівняння і т. ін.). При навішуванні ярликів часто трапляється обценна лексика. Проте сама по собі наявність обценної лексики ще не прирівнюється до тактично обумовленої мовленнєвої дії навішування ярликів, хоча й може слугувати індикатором такої дії.

Слід звернути увагу, що не лише найменування певної групи або постаті, але й власне порівняння адресата з нею може бути як експліцитним, так і імпліцитним. При цьому найчастіше в цій тактиці зустрічається експліцитна номінація, поєднана з експліцитним порівнянням, а найрідше – імпліцитна номінація з імпліцитним порівнянням.

У разі реалізації цього типу тактики дискримінації часто трапляються випадки, коли включення адресата до певної групи (яка негативно сприймається в суспільстві) відбувається через пов'язування його з реальною постаттю або вигаданим персонажем, що асоціюються з цією групою. У цьому прикладі експліцитна номінація посилюється використанням присвійного займенника:

(11) <NoNameNerds>: *Muß dir nicht peinlich sein...Sei froh daß es dir und deinen Kindern gut geht. Dreckfresser wie wir haben für den Gewinn der Freiheit das Leben aufs Spiel gesetzt... “Deutschland über alles”?.. Ja;*)

<Blubberbernd91>: *Erst musst ich lachen, weil ich mir dachte, guter Troll. Aber ich befürchte, du meinst das ernst. Machs doch bitte wie dein Führer! +> Du bist schlecht, weil du dich wie ein Nazionalist äußerst.*

<NoNameNerds>: *Meinst du das ernst? Einfach nur peinlich.*

(<https://www.youtube.com/watch?v=tISAVm1C-Ps>)

Основою для реалізації тактики навішування ярликів часто виступають різноманітні стереотипи, зокрема для німецької лінгвокультури стереотипним є уявлення про те, що гомофобія – неприпустиме для сучасного світу явище. Зазвичай прояв гомофобії негативно оцінюється, що демонструє наступний приклад. Оцінка надається експліцитно за рахунок

вживання жаргонізму, проте безпідставно, оскільки темою обговорення є гомосексуальність і автор ініціальної репліки надав статистичні дані без будь-яких проявів гомофобії.

(12) <whitemanrunshim> *Statistisch gesehen ist einer von 4 Männern in Deutschland Schwul. (geoutet oder nicht)*

<Julian Weber>: *Und was ist schlimm daran schwul zu sein?! drecks homophob.*

<whitemanrunshim>: *hab ich dich irgendwie angegriffen, oder wieso beleidigst du mich jetzt?*

(<http://www.youtube.com/watch?v=hTheVwj64k8>)

Експліцитна номінація соціальної групи буває поєднаною з невинуватим розширенням цієї групи. У цьому прикладі респонсивна репліка містить тактику навішування ярликів, що реалізується дисфемізмом (*Terroristenfreunden*) та метафорою (*an Gehirnversteppung zugrunde gehen*). Типовим є використання інверсії, що слугує емоційному виділенню думки:

(13) <777Pinocchio>: *die meisten moslems sind so gescheit wie drei meter fussweg. durch jahrhunderte lange inzucht degeneriert jedes säugetier.*

<strohbaron>: *An Antisemiten und Rassisten wie du einer bist, mache ich mir die Hände nicht schmutzig. Du wirst schon langsam an Gehirnversteppung zu Grunde gehen. Du bist nur ein kleiner Rassist ohne Hirn, das ist alles, während sich die Welt weiterdreht.. Am besten ist, du gehst zu deinen Terroristenfreunden nach Gaza und rufst herein, wenn mal wieder ein Echo aus Israel kommt.*
<777Pinocchio>: *Hier wieder ein klassisches Beispiel deiner krassen Idiotie. Du bist absolut behindert.*

(<https://www.youtube.com/watch?v=KLXoyY6-2M0>)

Значна кількість випадків реалізації тактики навішування ярликів ґрунтується на притаманному сучасній німецькій культурі несхвальному ставленні до екстремістських поглядів, а також на стереотипному уявленні про типову поведінку людини з лівими поглядами, яка полюбить нав'язливо повчати та розповідати про мораль, вказуючи оточуючим на помилки (*der*

moralisch erhobene Zeigefinger, das penetrante Bevormunden). Мовними індикаторами в такому випадку часто виступають лексеми, структура значення яких містить негативну оцінку, як у наступному прикладі (*Spinner, tummeln*), а також метафоричні вирази, що містять пейоративну семантику (*die Welt mit ihrem Quark bereichern*).

(14) <Hackmannhasstaudi>: *Ich habe auch an keiner Stelle gesagt, dass ich für mich die absolute Wahrheit pachte – das überlasse ich gerne den ganzen linksgebürsteten Spinnern, die sich im Internet zuhauf tummeln und dort die Welt mit ihrem Quark bereichern. Der moralisch erhobene Zeigefinger, das penetrante Bevormunden von anderen und den Anspruch auf die alleinige Wahrheit – das ist eine klar linke Domäne. Empfehlenswert ist zu dem Thema übrigens das Buch «Unter Linken» von Jan Fleischhauer. +> Dubist schlecht, weil du wie ein Linke in der Kommunikation auftauchst.*

<LLORnKCOR81>: *Linke, ökologische, liberale, konservative Meinungen müssen gehört und gegeneinander abgewogen werden. Plumpes «du liegst falsch – ich hab recht» bringt uns seit Jahren nicht weiter. Aber einfache Feindbilder (Harzer, Nazis, Salafisten, Linke, Terroristen) im Rotationsprinzip wie die sprichwörtliche Sau durchs Dorf zu treiben macht doch zu viel Spaß und ist so schön einfach nicht wahr?*

(<https://www.youtube.com/watch?v=432fJTOZkLk>)

В якості мовних засобів для реалізації тактики дискримінації часто використовуються модальні прислівники та оказіональні лексеми з пейоративною семантикою, як у наступному прикладі:

(15) <siemensohm>: *Doch klar, die Bürger waren es, die damals auf die Straße für freie Grenzen gingen! Es waren die Franzosen und Deutschen, die ein vereinigtes Europa anstrebten und wir dem Ziel heute mit der Haushaltskrise näher dran sind, als jemals zuvor. Auch wenn es manche rechtsgesinnten als das Ende interpretieren. Es ist doch egal, wie man die Verfassung nennt, solange sie den Inhalt gibt. Nur als die Länder am Boden lagen, gab es Krieg?!? Ich denke den Deutschen ging es 1914 relativ prächtig. Wir hatten die sogenannten goldenen*

Zeiten.Hätte es damals schon die Eu gegeben, käme es niemals zum Krieg.Wir brauchen die EU. Wirtschaftlich, wie politisch.

<Fabian Kluth>: Nein, wir brauchen Freiheit und keine EU. Du bist einfach ein Linksfaschist mit armseligen Scheinargumenten, die du aus der Presse abgeschrieben hast.

<siemensohm>: So ist das also. Sagt man den Leuten die Wahrheit, wird man sofort als linksfaschist bezeichnet. Ist das nicht ein wenig armselig? Wenn ich du wäre, wäre es mir richtig peinlich so einen Blödsinn zu schreiben.

(<https://www.youtube.com/watch?v=cUSazICuBiM>)

У підсумку можна сказати, що для реалізації тактики дискримінації в німецькомовному інтернет-дискурсі найбільше використовуються такі вербальні та графічні засоби:

1) Лексико-граматичні засоби: модальні частки, градуальні частки, частки у ролі інтенсифікаторів, посилювальні прислівники, вигуки, прецедентні імена, емоційно конотовані лексеми, оказіоналізми, стилістично знижена лексика (*kotzen, ewiggestrig, denkbefreit, dünnpiff*); метафоричні вирази, прикметники у звичайному та порівняльному ступені, дієслова, іменники та прислівники з семою негативності; присвійні займенники *dein, euer*; лексеми, що позначають належність до певної групи (національність, віросповідання, ідеологія, рід занять, гастрономічні вподобання, хобі и т. ін.)

2) Синтаксично-пунктуаційні засоби: еліпсис, інверсія, повтор, імператив, використання розділових знаків з додатковою прагматичною метою, еліптичні структури.

3) Графічні засоби: використання верхнього регістру клавіатурного набору, емотикони у якості засобу передачі емоцій, зміна шрифту.

2.2.2. Тактика приниження

Тактика приниження (6,2 %) реалізує локальну ціль адресата передати думку, що відповідає імплікатурі: «Ти поганий як особистість в цілому, твоя людська цінність та твоя гідність нічого не варті; все, що ти робиш, – погано

вже тому, що пов'язано з твоєю особистістю». Тактика пов'язана із самооцінкою індивіда.

Найтипівішими мовними засобами для реалізації тактики приниження є лексеми з пейоративним значенням. Частина такої лексики з негативним оцінним значенням належить до пласту обценної лексики та до жаргонізмів. Як впливає із зібраного нами матеріалу, ці лексичні засоби використовуються не лише в тактиці приниження, проте саме в ній їх вживання є найбільш показовим. Оцінними лексемами під час реалізації тактики приниження виявились здебільшого іменники таких груп:

1) анімалістичні метафори (*Spatzenhirn, Esel, Rindvieh, Schaf, Mondkalb, (Horn-)Ochse*). На адресу жінок також часто використовується поєднання назви тварини та прикметника «дурна» (*dumme / doofe / blöde Kuh / Ziege / Zicke / Gans / Huhn / Pute*);

2) жаргонізми для позначення осіб жіночої статі (*Blöde Tussi, Tusnelda, Trulla, Tröte, Schickse*);

3) жаргонізми для позначення осіб чоловічої статі (*Torfnase, Baumpisser, Kotzbär, Dumpftröte, Matschbirne, Dunkelbumser, Saft sack, Arschmade, Vollpfosten, Sackgesicht, Pupsnase, Kackbratze, Arschkrampe*);

4) пейоративні номінації чоловіків:

а) дурнуватий (*Verdammt er Idiot, Doofmann, Blödmann, Blödian, Depp, Knalltüte, Einfaltspinsel, Dumpfbacke, Gollo, trübe Tasse, begriffsstutzig, schwer von Kapee, (Ober-Voll-Trottler, Troll, Trampel, Dussel, Armleuchterm Schussel, Tollpatsch, Tölpel*);

б) рохля (*Fahrradhelmtträger, Ömmes, Vorwärtseinparker, Schattenparker*);

в) «розумник» (*Angeber, Aufschneider, Großklotz, Großmaul, Wichtigtuier, Prahlhans, Besserwisser, Klugscheißer*) і т. д.

Зауважимо, що ці засоби, хоча мають виражені дискримінаційні ознаки, є характерними саме для тактики приниження. Під час реалізації тактики приниження вербалізованими, тобто експліцитно вираженими, є категорії, пов'язані з самооцінкою, зокрема з гідністю суб'єкта, або власне адресат.

Найчастіше (у 48,1 % випадків) експліцитно виражена негативна оцінка поєднується при реалізації цієї тактики з експліцитним посиланням на об'єкт оцінки. Докладніше – див. додаток В (табл. 3).

Типовою для реалізації тактики приниження є гра на контрасті семантики жаргонізмів та сарказму. У наступному прикладі бачимо як раз такий випадок саркастичного використання ніку адресата – прецедентного імені *Ms. Benett*, героїні роману Джейн Остін «Гордість та упередження», яка саме й являє собою стереотипічний образ справжньої леді. Цей приклад демонструє приниження гідності користувачки *Emma Benett*.

(16) <*Eddi Kette*>: *Schnauze Emma!* *Das ist meine eigene Meinung, die ich rauslasse. Was kann man von Ms. Benett erwarten. +> Deine Persönlichkeit ist schlecht.*

<*Emma Benett*>: *halt die Schnauze!*

(<https://www.facebook.com/Deichkind/?fref=ts>)

Частотною є конструкція «*solch (ein) X wie du / j-d*» (зустрічається в 24 % випадків реалізації тактики приниження), де «*X*» – лексема с негативно-оцінним компонентом у значенні. Адресат при цьому визначається співрозмовником як не просто як представник певної групи, а як її уособлення, *найтиповіший* (прототипний) представник. У наступному прикладі бачимо саме таку конструкцію у поєднанні із обценною лексикою.

(17) <*Developing Mind*>: *Mir geht es einfach auf den Sack, wenn solche erbärmlich, vollgekotzte Affenarsche wie du und die anderen da oben auf etwas labern... Du darfst nicht existieren <...> wenn du Spermarutsche so auf die Straße gehst, wirst du die Tochter einer blutpissende Hafenhure sein, weil jeder dir eine knallen wird. Warum? Weil du so frech bist.*

<*Dr. Unkend Uck*>: *Wasfür ^n Arschgesicht! Ich kann dich förmlich riechen...*

(<https://www.youtube.com/watch?v=8HfX3gl9KSY>)

Обценна лексика часто комбінується з лексемами, що виражають негативну оцінку:

(18) <Tina Lenke> *Hör mal zu, du Trottel. Hast ne ziemlich große Klappe, hast dich hier schon mit einigen Leuten angelegt. Geh lieber arbeiten dann tust was gescheites. Und jetzt ist Ende!!!!.*

<Joerg Linder> *Oje...hoffnungsloser Fall.*

(<https://www.facebook.com/CDU/posts/10152709716175415>)

Як і в інших тактиках, у тактиці приниження широко використовуються займенники (особові, присвійні, заперечувальні тощо). Надмірне використання займенників взагалі є одним з індикаторів наявності стратегії завдання образи. У нашому дискурсивному матеріалі більшість становлять особові та присвійні займенники, а також займенник *du*.

У наведеному нижче прикладі мовець графічно виділяє займенники *Du*, *Dir*, говорячи про те, що адресат нічого собою не являє, проте активно впливає на погіршення якості німецького суспільства. На посилення своєї думки він використовує частки:

(19) <Martin Benedikt>: *Was ? Man sollte erstmal Persönlichkeit werden bevor man sich beschwert, dass man von keinem hoch genug geschätzt wird. Deutschlands Gesellschaft wird immer trauriger, und Du trägst einen großen Teil dazu bei. +> Deine Persönlichkeit ist wichtig.*

<klicker beta>: *neee warum auch noch argumentieren, Du willst provozieren – mehr nicht und wenn ich mir Deine Präsentation hier so ansehe – ja arme Gesellschaft*


(<https://www.youtube.com/watch?v=mYR20p6U9Wg>)

Тактика приниження демонструє велику кількість риторичних запитань, ексclamативів та графічних, зокрема шрифтових виділень, як у наступному прикладі, де ініціальна репліка містить пояснення користувачки *Chorea Ramirez*, що фраза *Sinn machen* є калькою з англійської; на її погляд, це помилка і вживати цей вираз не можна. Респонсивна репліка користувачки *Sarah Franke* реалізує тактику приниження як вияв обурення, оскільки, на її думку, користувачка *Chorea Ramirez* невинувато пишається своєю фаховою освітою. *Sarah Franke* стверджує, що особистість *Chorea Ramirez* (із

її освіченістю включно) нікого не обходить:

(20) <Chorea Ramirez>: *Ich habe schon mehrmals erklärt, warum ihr ein Fehler macht. Ich bin Germanistin, «Sinn machen» wurde als Lehnübersetzung aus dem Englischen mittlerweile in die Grammatiken übernommen...leider. Eine strapaziöse Tendenz....*


<Sarah Franke>: Wie oft willst du noch sagen das du Germanistin bist? Glaubst du das interessiert hier jemanden? LEIDER nein! +> *Du wirkst irritierend. Deine Persönlichkeit interessiert keinen.*

<Chorea Ramirez>: *Aber sonst geht`s dir gut, ja?! *

(<https://www.youtube.com/watch?v=esY05YaucqQ>)

Часто спостерігається використання емотиконів у поєднанні з іронією, на пунктуаційному рівні позначену лапками, на лексичному рівні – оказіоналізмом *Dudengehabe*.

(21) <Somi Sweet>: *Nicht schon wieder so ne Lehrerin! *

Du bist doch besessen davon, deine «Klugheit» immer abzulassen!  *Lass doch mal die anderen mit deinem blöden Dudengehabe in Ruhe!!!! Nervtötend ist*

das!!    +>Keiner braucht deine Talente und Kenntnisse.

<Chorea Ramires>: *Also wird seid 7 Jahren das Wort Physik im Curriculum und in den Lehrplänen falsch geschrieben und den Schülern falsch beigebracht? Und naturwissenschaftliche Organisationen, Universitäten und andere Einrichtungen, die nach 2007 eröffnet oder gegründet wurden, haben ihren eigenen Namen falsch geschrieben?*

(<https://www.youtube.com/watch?v=axmhrT2jmWI>)

Характерним для всіх тактик є також афективний / емоційний синтаксис. У наведеному прикладі користувач *Felix Schmitz-Justen* в імперативній формі доносить думку, що коментарі користувача *Jason Tonerri* дурні та нецікаві, про що свідчить невинуватене узагальнення із використанням займенника *keiner*. Експресивність висловлення

підкреслюється наказовим способом та повторенням знаків оклику. Користувачка *Klaudia Zeih*, що бере участь в цьому діалозі, вказує на те, що коментар має дві відмітки «лайк», а отже принаймні двоє людей його прочитали, і надає експліцитну негативну оцінку користувачеві *Felix Schmitz-Justen*, говорячи, що той виглядає смішно:

(22) <*Felix Schmitz-Justen* > +*Klaudia Zeih*: *Gott, nimm den doch bitte zu dir... Schreib nicht soviel, die liebt ee keiner !!!* +> *Deine Kommentare sind dumm.*

<*Klaudia Zeih*> +*Felix Schmitz-Justen*: *Also seine Kommentare haben jeweils 2 Gefällt mirangaben ... ich bezweifle das das keiner liest ... und du bist einfach nur lächerlich.*

(https://www.youtube.com/watch?v=wuBuEUcc-_Q)

Мова інтернет-коментарів має здебільшого розмовний характер, що знаходить відображення як на лексичному, так і на синтаксичному рівні. Одним з основних лексичних засобів вираження емоційності, неофіційності і спонтанності є саме ч а с т к и з вираженим прагматичним характером.

Оскільки комп'ютерно опосередкована комунікація являє собою уснописьмовий тип спілкування, функціонування в ній часток, як модальних, так і логічних, має певну специфіку. Модальні частки у багатьох випадках реалізації стратегії завдання образи відіграють вирішальну роль та стають у нагоді під час конструюванню образливого смислу, особливо, коли йдеться про скриті смисли, тобто про імплікатури.

Прагматичні частки вказують на ставлення мовця до пропозиційного змісту висловлення або адресата [64, с. 33]. Для створення саркастичної тональності в нашому матеріалі часто слугують модальні частки та модальні слова (*wohl, nur, anscheinend, offensichtlich, nichtmal*).

Модальні частки (забарвлювальні або емоційно експресивні частки) функціонують на комунікативному рівні та слугують засобом вираження для пропозиційного ставлення мовця, виражають суб'єктивну модальність, вказують на тональність висловлення: *eigentlich, doch, etwa, noch, nämlich, mal, wohl, denn, nur, aber, überhaupt, vielleicht, ja, etwa, auch, nicht, bloß,*

einfach, eben, schon, nun mal.

Характерним для інтернет-спілкування є вживання комплексу модальних часток у межах одного висловлення, як у цьому прикладі:

(23) <GameRazuda>: *Mit dir ist echt etwas los. Es hat doch nichts mit dem Musikgeschmack zu tun, wie man sich verhält. Du beurteilst das ganze ebenfalls mit Tunnelblick, z.B. die Körpersprache ist doch ganz egal. Nach dem Prinzip sollte man anscheinend dich mit deinem Namen nicht mal ansatzweise ernst nehmen. +> *Deine Persönlichkeit ist schlecht.**

<BonbonAusWurst86>: *Bei mir ist alles gut und bei dir? Was hat mein Nickname mit deinem Tunnelblick zu tun?*

<GameRazuda>: *Dein Ernst? Bei dir is anscheinend gar nichts gut... Und ich hab keinen Tunnelblick.*

(https://www.youtube.com/watch?v=_zeXuz-pQ60)

Індикатором часто виступають частки *doch*, *auch mal*, вигуки та вставні конструкції. У наступному прикладі ці засоби допомагають акцентувати увагу на використанні лексеми *Rasse* стосовно людини, що імплікує негативну оцінку:

(24) <Peninism Recordings>: *Kannst du auch mal etwas Sinnvolles schreiben? Rasse naja ich würde mal sagen Rasse kommt in meinem Vokabular nicht vor ...Denn bei mir gibt es keine Trennung von Menschen, jedoch trenne ich Menschen von ihrer Verfassung her ... Und du gehörst doch zu dieser Rasse upps jetzt habe ich es doch gesagt. +> *Ich halte dich nicht für Menschen.**

<TheAtride>: *Ruhe auf den billigen Plätzen.*

(https://www.youtube.com/watch?v=qI3lwgKMI_M)

Мовним індикатором тактики приниження може слугувати використання умовного засобу дієслова, як у цьому прикладі:

(25) <Justyna Woitarowicz>: *Kann ja sein dass andere das für Pseudosprache halten, aber ich verstehe. Und wenn du bzw. das Internet mir wichtig genug wären, würd ichs transkribieren. Ist leider nicht so. Also denk was du willst <3 +> *Du bist als Persönlichkeit für mich unwichtig.**

<Fräulein Menke>: *Jetzt gebe ich dir ein Grund nicht zu kontern. Informier dich über sowas, bevor du deine Dummheit hier rauslässt. -- Und als Abschiedsgeschenk sage ich dir, DAS ALLES SIND NUR THEORIEN. ‘NICHTS IST WAHR, ALLES IST ERLAUBT.’*

(<https://www.youtube.com/watch?v=547a5esPuqE>)

Таким чином, для реалізації тактики приниження в німецькомовному інтернет-дискурсі найбільше використовуються такі вербальні та графічні засоби:

1) Лексико-граматичні засоби: модальні частки та модальні слова (*wohl, nur, anscheinend, offensichtlich, nichtmal*); градуальні частки, посилювальні частки, над-узагальнення із використанням займенника *keiner*, стилістично знижена, зокрема обценна лексика; особові та присвійні займенники.

2) Синтаксично-пунктуаційні засоби: конструкції «*solch (ein) X wie du / j-d*», де *X* – лексема с негативно-оцінним компонентом в структурі значення; імператив; риторичні запитання; афективний / емоційний синтаксис, зокрема екскламативи; використання розділових знаків з додатковою прагматичною метою.

3) Графічні засоби: емотикони як засоби передачі емоцій, графічні, зокрема шрифтові, виділення.

2.2.3. Тактика ураження

Тактика ураження (36,8 %) реалізує локальну ціль адресата передати думку, що відповідає імплікатурі: «Ти поганий за певною ознакою, що притаманна твоїй особистості і є вадю (зовнішність, ментальні здібності, особисті якості, комунікативна манера або стиль, тобто різні аспекти структури особистості)». Тактика пов'язана з ціннісною картиною індивіда та спробою її зламати.

Під час реалізації тактики ураження (не)вербалізованими, тобто імпліцитно чи експліцитно вираженими, є такі категорії: зовнішність,

ментальні здібності, особисті якості тощо, тобто різні аспекти структури особистості.

Найчастіше (у 41,5 % випадків) експліцитно виражена негативна оцінка поєднується при реалізації цієї тактики з експліцитним посиланням на об'єкт оцінки. Докладніше – див. додаток В (табл. 4).

Тактика ураження вирізняється тим, що окрім великої кількості модальних часток та модальних слів, що є характерними для всіх тактик та запускають механізм виведення імплікатури, вона демонструє велику кількість аксіологічних предикатів та їхніх еквівалентів (*glauben, denken, einschätzen etc.*). Серед них виокремлюємо епістемічні слова, тобто слова, що виражають ступінь упевненості мовця у достовірності того чи іншого факту: (*scheinen, erscheinen als; wie ich sehe, wie ich schätzen kann, von mir aus, wie es mir vorkommt, wie es mir erscheint*); переважно використовуються слова із значенням упевненості (*ich bin überzeugt, ich bin mir sicher*). Окрім того, типовим є вживання дієслів, що виражають різний ступінь впевненості. Активно використовуються модальні дієслова (*sollen, müssen, lassen*), модальні прислівники.

(26) <Der FUCHS>: *Der Kommentar lässt schon die Leistungsfähigkeit bzw. Ihren geistigen Horizont vermuten -wenn Sie anscheinend nur einen Optiker benötigen um Ihre Sinne zu überprüfen. Oder gibt's nur diesen einen Sinn bei Ihnen? Scheint so. Was für ein geistiger 'Hochflieger' sie offensichtlich sind lese ich ja in Ihren anderen Kommentaren. +> Du bist dumm.*

<Muftipufti>: *Woher kennen Sie überhaupt die Leistungsfähigkeit meiner Sinne? sind Sie reinzufällig mein Optiker, ist ja interessant* 🤔

(<https://www.youtube.com/watch?v=TbVpBMfH9PQ>)

Епістемічні слова, модальні та градуальні частки часто комбінуються з лексемами, що мають негативну оцінну семантику. В наступному прикладі такими мовними засобами є okazionalizмами: *Neidsozen, Betonköpfe, Salonkommunisten, Weltverbesserer, rote Luftpumpen, Deppenverein*. Негативну

оцінку втілено в словосполученні *kognitive Defekte*. Поєднуючись із сарказмом, ці засоби дозволяють чітко вивести імплікатуру: «Ти – дурний».

(27) <Herbalako>: *Da mir dieser Exkurs mit dir hier wirklich zu primitiv ist, verabschiede ich mich nach diesem Post gerne aus der Runde der ganzen Neidsozen, Betonköpfe, Salonkommunisten, Weltverbesserer und den ganzen anderen roten Luftpumpen. Zu diesem Deppenverein scheinst du ja ganz offensichtlich auch zu gehören, mit allen kognitiven Defekten, die damit einhergehen. +> Du bist auch dumm.*

<broiler33 boiler33>: *Deine Aussage wird NUR durch Vorurteile gestützt. Die Art und Weise wie du mich persönlich beleidigst ist unterstes Niveau. Ich bin raus....*

(<https://www.youtube.com/watch?v=jn8epYCjmb8>)

Типовим для тактики ураження є використання словотвору («*Schlägereiiii*»-Niveau). Користувач *Fred Lester* є одним з учасників мікроепізоду на форумі. Він намагається спровокувати двох інших учасників до словесної бійки. В результаті він провокує появу тактики ураження в межах стратегії завдання образи з боку користувача *gkrazzhoopper*, який використовує лексику з негативною оцінкою:

(28) <Fred Lester>: *Schlääääägereiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiii*

<gkrazzhoopper>: *Wer außer Dir hat denn irgendwas von der ultimativen Wahrheit geschrieben? Denkst Du im Ernst, dass jeder Kabarettist, der statt mit «Plattitüden» sein Publikum mit Gesellschaftskritik unterhält, deswegen über Herrschaftswissen verfügt? Ich glaube tatsächlich, dass Du von seinem Programm rein gar nichts verstanden hast und irgendwann auf Deinem «Schlägereiiii»-Niveau hängengeblieben bist. +> Du bist dumm. Mach doch und troll dich, armes Würstchen... +> Du bist geistig nicht fähig, hier eine Diskussion zu führen.*

<Fred Lester>: *Trottel ha ha ha ha ha.*

(<https://www.youtube.com/watch?v=cb4kG8su9yA>)

Тактика ураження часто реалізується за рахунок каламбурів, як у наступному прикладі в репліці користувача *Terrence Hill*, зокрема за рахунок

каламбуру та імпліцитного порівняння прецедентної назви марки кетчупів «Heinz» та ніку адресата *Heinz Schulz* (базується на імпліцитному порівнянні людини з предметом, який за визначенням не може мати розуму). Окрім цього семантичного зсуву зазначимо використання артикля.

(29) <Terrence Hill>: *Der war echt unlogisch Heinz... Oder bist du der Heinz aus dem Ketchup ? +> *Dein Kommentar ist dumm. Du bist dumm.**

<Heinz Schulz>: *Noch so ein Primitivling.*

(<https://www.facebook.com/WolfgangJoop/?fref=ts>)

Порівняльний ступінь прикметників, що мають негативне оцінне значення часто поєднується із використанням модальних часток. Мовним індикатором слугує також модальна частка *noch*.

(30) <vampireheart1987>: *Also gut ich gibts auf, ich werde aufhören zu kommentieren, denn danach kommen immer noch dümmere Idioten die ihr Wissen preisgeben. +> *Du bist dumm.**

<ChristianG3R>: *An deinem Beitrag sieht man auch gut, warum Lehrer wichtig sind.*

(<https://www.youtube.com/watch?v=xQ5uEM7mXIE>)

Тактика ураження часто реалізується цілим комплексом мовних засобів, що мають негативну оцінку. Окрім того, такі комплекси часто комбінуються з апелятивом *du*. У наступному прикладі оцінка виражається через використання евфемістичного метафоричного обороту *von der geistigen Power* для позначення розуму, okazionalizma *Johanna-Antwort*, де першим елементом є ім'я адресата (яке із власного імені, що має лише референційний потенціал, контекстуально перетворюється на повнозначну лексему із конотацією «погана поведінка»), у поєднанні з епітетом з пейоративним значенням «*kindig-einfältig*»:

(31) <MrNeoFromMatrix>: *So eine kindlich-einfältige Johanna-Antwort hatte ich etwa erwartet. Du, der Rether ist nichts für dich, der ist wenigstens halbwegs geistig flexibel, dem bist du von der geistigen Power her nicht annähernd gewachsen. +> *Du bist dumm.**

<JohannaMueller57>: anhalten, rechts schaun, links schaun, weitersurfen,
zu geil 😄

(<https://www.youtube.com/watch?v=Eqxzwni6MCU>)

Показовим є використання порівняльного ступеню прикметника у поєднанні з пейоративною лексикою:

(32) <P3gasus>: Falls der Horizont nicht ausreicht Frau Wagenknecht zu folgen, sollten keine Kommentare abgegeben werden. Ein Besuch beim Arzt und eine Einnahme von beruhigenden Pillen ist angesagt. Vielleicht gibt es Pillen zur Horizonterweiterung, die die Intelligenz fördern. Du bist ganz einfach ignorant und lern-resistent. Geht's noch primitiver, du Vogel? Ganz grosses Kino...für geistig Minderbemittelte. Nun ich nehme mein Mitleid für dich zurück...+> Du bist primitiv und dumm.

<YesIAmThatCoolBitch>: Dubido!!!

(<https://www.youtube.com/watch?v=ziza-gGoNbY>)

Тактика ураження використовує великий словотвірний потенціал німецької мови. Семантика отриманих одиниць також містить негативну оцінку. У наступному прикладі користувач *ParzIfal* створює складну лексему з компоненту з емоційно-оцінним потенціалом *Dampfplauder* та прецедентного імені Туснельда (*Tusnelda*). Окрім того, *ParzIfal* повторює елемент ініціального коментаря, проте додає до нього займенник *du* і у такий спосіб надає негативної оцінки змісту коментаря користувачки *Theresa Moser*, реалізуючи в такий спосіб тактику ураження. Адресат розпізнає намагання завдати образи (про що свідчить відтворення ним, в свою чергу, пейоративного елемента *Dampf* у власному коментарі):

(33) <Theresa Moser>: Hey es is aber so lustig wie emotional (der sich am stärksten durchsetzende) sich dieser Herr plazieren will... aus meinem Rudel wär er schon rausgefolgen.. hihi... viel zu anstrengend...<...> Fragt sich erneut, wer oder was das stärkste ist... und überlegt sich genetisch zu seinen eigenen Gunsten zu manipulieren...

<ParzIfal >: Du Dampfplauder-Tusnelda... bist anstrengend.

<Theresa Moser>: Musst es ja nicht lesen!! Aber mir is schon klar.. wolltest Dampf anblasen!

(https://www.youtube.com/watch?v=1EMFt7m_8yE)

Лексеми із негативною оцінкою часто комбінується із особовими займенниками та підсилюється особливостями синтаксису. У наступному прикладі пресупонується смисл: «Для того щоб отримати гарну роботу, недостатньо мати освіту, необхідно бути активним у пошуку роботи», що є підставою для імплікатури: «Ти лінива та нерозумна» саме завдяки інверсії та особовому займеннику «*Du*».

(34) <Tina Kollner>: die Diskussion um eine Ausbildung ist Schwachsinn, hab auch eine Ausbildung und – trotzdem keinen Job, hättet Ihr Euch sparen können

<rageTaste>: Dann machst Du etwas falsch – schiebe es nicht auf die Anderen. Eine Ausbildung ist der erste Schritt zu einem Job – aber ein bisschen selber machen muss man trotzdem. +> Du bist selber faul und dumm.

<Tina Kollner >: ja klar jetzt bin ich es immer entschuld, klaaaaaaaaaaaaaa doch

(<https://www.youtube.com/watch?v=U6iGj7NnHDE>)

Трапляються також поодинокі випадки, коли тактика реалізується завдяки використанню артикля, як у нижченаведеному випадку – завдяки пейоративному значенню лексеми, яку він супроводжує. Зазвичай, в таких випадках додатковими індикаторами виступають модальні частки та сарказм:

(35) <CloneThire>: Der» Arschloch? Du bist dann wohl «die» Arschloch!

<Failtality >: such dir n anderes opfer bitte... du machst dich lächerlich

(<https://www.youtube.com/watch?v=DGEmoSF194Y>)

Частотним є поєднання іронії, модальних часток та риторичного запитання. Тут конструювання імплікатури стає можливим завдяки використанню модальної частки «*wohl*». Мовець посилює свою позицію аргументацією, вибірково наводить цитати, супроводжуючи їх власним коментарем, що має слугувати виправданням образи, яка передус

аргументації. Окрім цього, мовець іронізує, вказуючи на схильність адресата до суперечок.

(36) <Joerg Dossler>: *Gymnasium hilft wohl nicht viel, wa? >+ Du bist dumm. 1. <http://de.wikipedia.org/wiki/Beleidigung> <- das du dich mal schlau machen kannst... 2. «Also halts maul du FOTZE.» ist eine direkte Beleidung. 3. «Ich denke... ...das er Schwul ist.» ist eine Darstellung der Gedankenwelt. Bei «Ich denke, dass du eine Fotze bist.» könnte man noch streiten...*

<Anisha xX>: *du hast noch nicht so viel verstanden von dieser welt, dass du hier was posten dürftest. +> Du bist dumm.*

(<https://www.youtube.com/watch?v=eQ2t5h6dYxs>)

Частотним є поєднання іронії, займенників та модальних дієслів, а власне іронія часто супроводжується словами, що нібито висловлюють співчуття до співбесідника.

(37) <Maurice Himmelmann>: *Anhand deiner Rechtschreibung muß man dich leider als Saudumm einstufen.*

<Justus Kettrukat>: *SchnauZZZeeee!*

(<https://www.youtube.com/watch?v=ilSewfUTfe0>)

Окрім лексичних і словотвірних засобів, що містять негативну оцінку в структурі значення, індикатором тактики слугує особлива пунктуація – трикрапка та лапки на позначення іронії. Лапки взагалі є поширеним індикатором іронії:

(38) <White Walter > *Ich geb's auf... weiss nicht ganz ob mein Fehler war, die Maxime «dont feed the trolls» zu ignorieren, oder mit zu versuchen mit Gehirntoten zu «diskutieren»... +> Du bist doof.*

<Cedric Kappes > *sorry meinst du mich Hirn Tod bis du auch wenn du mich meinst.*

(<https://www.youtube.com/watch?v=6hJLq6JJSow>)

Типовим для тактики ураження є також поєднання риторичного питання з підкресленим використанням займенника *Du*, що здебільшого виділяється шрифтом або подовженням голосного для імітації крику, із

сарказмом як одним з провідних засобів для реалізації тактики ураження, або ж поєднання умовного способу з риторичним питанням:



(39) <m0rallyb4nkrupt>: Ohne die Philosophen gäbe es die Physik z.B. gar nicht ;o) So einfach kannst Du es Dir also nicht machen. Hast Du einen schlechten Tag gehabt oder hast Du dieses Empfinden schon länger? +> Du bist dumm.




<max bruch>: Ne, bin immer so. Ich sagte: die Philosophie von Heute. Nicht die von Gestern, von der redest DUUUU! Aber scheint so als waerst Du von Gestern? War das immer so? +> Du bist dumm.

<m0rallyb4nkrupt>: ogott es ist schlimmer als ich dachte...geh mal weiter deine 3d egoshooter zocken ;) das bildet ungemein...jetzt troll dich ist ja nicht aus zu halten mit dir!

(<https://www.youtube.com/watch?v=X79-bdcGCJU>)

Існують випадки відсутності індикаторів в поверхневій структурі тексту, як у наступному прикладі, який до того ж демонструє нетиповий випадок, коли об'єктом негативної оцінки стає зовнішність адресата (взагалі це відбувається рідко через відсутність зорового контакту між учасниками комунікації). Імплікатуру «Ти огидна» ми виводимо за рахунок пресупозиції: «Негарно бути ненатуральною».

(40) <Petra Mischke>: Warum hast du deine Zähne machen lassen? Das natürliche Lächeln ist nicht mehr da   An dir ist nix natürlich! +> Du shiest hässlich aus.

<Jürgen Schmelzer>: Damit ich dich besser fressen kann
Petra   

(<https://www.facebook.com/WolfgangJoop?fref=ts>)

Індикаторами можуть бути графічні засоби для передачі емоцій, виконані за рахунок використання великих літер (верхнього регістру клавіатури) та вигуків. Так, у наступному прикладі мовець вживає також оноματοпоетику, що імітує суміш переможного крику та здивування. Стратегію посилено завдяки зображенню, що викликає алюзію із дитячою

грою «камінь, ножиці, папір» та яке метафорично демонструє, що «праві» погляди призводять до поразки (як відомо з історії, німецькі націоналісти програли):

(41) <Kehri Bar>: hört sich so Rechtsextrem an ! Schauen wir doch mal auf sein Profilbild.... Mhhhh aaaa da spiegelt sich doch alles wieder GLATZE, VOLL TÄTOWIERT, alte Deutschland flagge. NAzis raus nazis raus



<Ronald Küken>: Wenn Dummheit Weh täte...

(<https://www.facebook.com/2raumwohnung/?fref=ts>)

У якості посилюючого експресивного засобу часто використовується анафоричний повтор та несподіване контрастне завершення фрази, як у прикладі, наведеному нижче:

(42) <Nina-Milena Schreyer>: cool! Und er sieht aus wie der junge Val Kilmer! 😊

<Heike Weinert>: ...ja nur sehr unreine Haut

<Detti Son>+Heike Weinert: Geile Jacke, geiler Typ, UNGEIL ist nur dein Aussehen! Wohl vergessen, in den Spiegel zu gucken.+> Du bist hässlich

<Heike Weinert>: Und warum ?

(<https://www.facebook.com/diejungenaerzte/?fref=ts>)

Загалом можна сказати, що типовими для тактики ураження є такі вербальні та графічні засоби:

1) Лексико-граматичні засоби: займенники (*du, dir, dein*); модальні частки та модальні слова; аксіологічні предикати та їх еквіваленти (*glauben, denken, einschätzen etc.*), зокрема епістемічні слова (*scheinen, erscheinen als; wie ich sehe, wie ich schätzen kann, von mir aus, wie es mir vorkommt, wie es mir*

erscheint); модальні дієслова (*sollen, müssen*), модальні прислівники; посилюючі перші частини слів (*vollgekotzt, Vollidiot, mega-*); поєднання семантично несумісних лексем у складних словах (*Weißwürstchen-Hirn, Dampfbake, Erfolgsfan von Beruf*); іронічне вживання прецедентних імен та саркастична номінація адресата (*Herr Psychologe, Hobby Psychologe, Herr Übermensch, Ms. Benett, Thomas Mann, Dampfkluder-Tusnelda, Schlagerfee*); лексеми, що містять негативну оцінку; словотвір (*Bushkind, Posterboy, Dampfkluder-Tusnelda, "Schlägereiiii"-Niveau*); позначення людей та явищ через оцінні префікси та суфікси (*Untermensch, Unterschichtler, Völkchen*); скорочення (*Dubido ← du bist doof, wtf ← what the fuck*); есхрофемізми, основою яких є ніки та імена користувачів (*Scheisel – Scheidel; Müllmann – Düllmann; Katz – Kaatz*).

2) Синтаксично-пунктуаційні засоби: вживання умовного способу (в тому числі в безособових конструкціях) в нереальних умовних реченнях (*Konjunktiv II, Konditionals I*); питальні речення; парентетичні вирази зі значенням суб'єктивності, повтори; багатокрапка.

3) Графічні засоби: емотикони, графічні показники емоцій.

2.2.4. Тактика спаплюження

Тактика спаплюження (9,7 %) реалізує локальну ціль адресата донести думку, що відповідає імплікатурі: «Ти поганий, оскільки те, що для тебе є важливим, дорогим, святим (цінності, мораль, віросповідання, філософія, світогляд, вміння, смаки, інтереси), – погане». Ця тактика найбільше пов'язана із самооцінкою адресата.

Під час реалізації тактики спаплюження (не)вербалізованими, тобто імпліцитно чи експліцитно вираженими, є такі категорії: цінності, мораль, віросповідання, філософія, світогляд, смаки, інтереси адресата.

Найчастіше (у 51,9 % випадків) експліцитно виражена негативна оцінка поєднується при реалізації цієї тактики з експліцитним посиленням на об'єкт оцінки. Докладніше – див. додаток В (табл. 5).

Ця тактика часто є ініціальною при обговоренні на форумі якогось матеріалу. Аналіз дискурсивного матеріалу демонструє, що в багатьох випадках тактика спаплюження використовується як певна альтернатива тактикам дискримінації та ураження. Коли комуніканти мають різні погляди, дотримуються різних ідеологій, релігійних традицій тощо, ця тактика навіть випереджає за частотністю тактику дискримінації (хоча найбільш частотною в подібних конфліктах є все ж таки тактика ураження).

Типовими показниками тактики спаплюження є в першу чергу експресивна оцінність (на лексичному рівні та рівні словотвору) та емоційність, що виражається на рівні пунктуації великою різноманітністю розділових знаків (зокрема лапками на позначення іронії), графічними виділеннями та емотиконами.

Оцінка передається креативними засобами – okazionalizмами, епітетами, метафорою, метонімією. Метафоричне перенесення відбувається не на мовному рівні, а на концептуальному між двома концептуальними сферами; на мовному рівні цей процес втілюється в «різноманітних конвенціонально-метафоричних висловленнях» [295, с. 22]. Типовими є випадки, коли метафора містить лексеми із негативною оцінкою:

(43) <Lolfeeder>: *Es ist besser, dass du nicht mehr in Deutschland bist, ansonsten würdest du deinen geistigen Durchfall in deinem sozialen Umfeld auch verbreiten.* +> *Deine Ideen sind dumm.*

<Somi Sweet>: *Hunde die bellen beißen nicht* 🤪 🤪

(<https://www.youtube.com/watch?v=snKKsXkt0Zw>)

Типовим індикатором є іронія, що поєднується з інтенсифікаторами та графічними елементами – емотиконами. Образне значення підкреслює посилювальна частка:

(44) <Alper Sivas>: *Die grafik von diesem bild ist überweltigend. Echt super klares Bild* 🤪 +> *Die Grafik von deinem Bild ist schlecht.*

<Seba Klotzbücher>: *Genauso gut wie deine Rechtschreibung ☺*

(<https://www.facebook.com/Bushido/?fref=ts>)

Характерним для тактики спаплюження є використання обценної лексики та інтенсифікаторів. Далі бачимо обговорення комедійного фільму: користувач *82Gallagher*, відповідаючи на репліку *Laurina Hawks*, якій комедія сподобалась (її ми не наводимо), вдається до тактики спаплюження, використовуючи як раз обценну лексику (в першому випадку – з використанням графічного субституту, в другому – безпосередньо) та посилювальну частку:

(45) <82Gallagher >: *Leck mich am A*sch. Das ist unlustig! Wer lacht über so ne scheisse? +> Dir gefallen schlechte Filme.*

<Laurina Hawks>: *Man nennt sie «intelligente Menschen». Sacht dir nix, mir klar. +> Du bist kein intelligenter Mensch.*

(<https://www.youtube.com/watch?v=uLE6LnUSxJI>)

Характерним для тактики спаплюження є використання порівняльного ступеню прикметника з негативним оцінним значенням у поєднанні з стилістично зниженою лексикою. У наступному прикладі мовець кваліфікує викладені в попередніх коментарях міркування користувача *KptnBlowFly* як не демократичні.

(46) <blueKolibri>: *Du kannst von mir aus glauben was du willst. Ich schließe mich deiner kindischen bimmelbommelei über Demokratie nicht an und halte dich auch für wesentlich dümmer als du dich selbst...Deine Demokratie nutzt nichts. +> Deine demokratischen Ansichten sind nutzlos.*

<KptnBlowFly>: *Du bist also nur ein Troll wenn Du behauptest, dass ich undemokratisch bin. Dies ist dein letzter Trollhappen, viel Spaß damit.*

(<https://www.youtube.com/watch?v=PFjixds7xX4>)

Коли релігійні погляди стають предметом стратегії завдання образи саме через тактику спаплюження, часто використовується сарказм, зазвичай у поєднанні з епістемічними словами, модальними частками та риторичними питанням. У наведеному нижче прикладі сарказм досягається за рахунок

протиставлення сутностей «розум» vs. «борода» (носіння бороди – одна із зовнішніх ознак належності до мусульманства), а також використання жаргонізму у сполученні *Muslim-Latte halal*:

(47) <Gerd Fröbe>: *Ja, tatsächlich, die Veränderung ist ganz deutlich sichtbar. Der Islam nimmt den Verstand und gibt dafür einen prächtigen Bart. Hahaha !!!! Diese Bärte, das ist ja wirklich köstlich. Und wie verstört die beiden links und rechts sich nach allen Seiten umsehen. Wahrscheinlich laufen jede Menge sexy Frauen an denen vorbei und die werden ganz nervös und fragen sich ob Ihre Muslim-Latte halal ist ? +> Deine Religion ist schlecht.*

<nurhabibi46>: *Das kann man ja nicht anhören!*

(<https://www.youtube.com/watch?v=lZCSyMRSrvk>)

Для реалізації тактики спаплюження важливу роль відіграє словотвір.

(48) <La Noyee>: *aha, der moslem muss also aus religiösen gründen völkermord an den juden machen. so ist das also im islam. der moslem kann gar nicht anders, sonst wird das ja nix mit dem jüngsten tag und er muss wegen den juden womöglich in die hölle. dort wird ihm der teufel flüssiges eisen einflößen, dem armen armen moslem. hahaha, so ne scheissreligion.*

übrigens ein schlachtritual an den palis würde genau zwei tage und zwei nächte dauern und dann wäre gaza platt.

<Gary King>: *und was willst du MIR damit sagen?*

(https://www.youtube.com/watch?v=t8_v0fa7axU)

Словотвір часто поєднується з пейоративною та обценною лексикою, як у цьому прикладі:

(49) <Stoertebekerxyz>: *deine heilige religion ist für so viele morde verantwortlich, schon dein selbsternannte möchtegernprophet mohamme war ein massenmörder! An deinem glauben stört mich, dass er aus menschen zombies_macht, das er faschistisch ist und weder demokratie, menschenrechte und vor allem die freiheit des individuums achtet! Dein islam ist scheisse, mach die augen auf, schau in die islamische welt, dort wird jeden tag im namen allahs gemordet.*

<Salih Turgay>: *Das ist wieder ein ausgemachter, irrer Blödsinn, denn du von dir lässt. Jesus ist ebenfalls mörderisch und gewalttätig.*

(<https://www.youtube.com/watch?v=ilbjdPhQuaE>)

Типовим для тактики спаплюження є різні синтаксичні засоби – еліптичні односкладові речення, риторичні запитання із включеними нереальними умовними реченнями (вживання дієслів в умовному способі) та емотикони (як невербальний компонент), інверсії, а також інтенсифікаторів, які й уможливають виведення імплікатури «ТИ / ТВОЄ – ПОГАНЕ». Синтаксичні засоби поєднуються з лексичними – найчастіше пейоративами. У наступному прикладі під обговоренням нового рекламного відео компанії EDEKA користувач *Systemtrottel* імплікує наступний смисл в своїй ініціальной репліці: «Ви пишете нікому не цікаві дурниці (*Disstrack* від англ. *Diss Song = disrespect song*), оскільки вам не вистачає уваги і ви бажаєте в такий спосіб її повернути». Адресат цієї репліки у відповідь також вдається до тактики спаплюження, оскільки з контексту нам відомо, що адресату подобається марка *Edeka*, яку негативно оцінює за допомогою сленгової деаббревіації мовець – користувач *Primat City Music*.

(50) <Systemtrottel>: *gg_als würde ein Disstrack von Dir jemanden bei EDEKA interessieren XD Einfach nur lächerlich. Aufmerksamkeitsdefizit? +> Deine Lieder sind schlecht. Ihr schreibt Dummheiten, weil ihr Aufmersamkeit erregen wollt.*

<Primat City Music>: *Edeka = Ein dummer Esel kauft alles +> Edeka ist keine gute Firma.*

<Systemtrottel>: *Glückwunsch. Entweder trollst du oder du bist geistig behindert* 🤪 🤪 .

(<https://www.youtube.com/watch?v=jOolAffv3xg>)

Тактика спаплюження відрізняється великою кількістю семантичних транспозицій, в першу чергу – у вигляді креативних метафор. У наступному прикладі користувач *TheSilentHorizon* кваліфікує філософські ідеї щодо існування світу як голограми, висловлені адресатом в попередніх

коментарях, як недолугі та неправильні, вдаючись до тактики спаплюження із включенням запозичених іноземних елементів до структури метафори (*Diesen Clusterfuck an falschen Gedankengängen*), що, в свою чергу, отримує експліцитну негативну оцінку користувача *Stefan Borkenstein*, який демонструє, що він розпізнав образу (повторює елемент структури попереднього коментаря адресата), і вдається до образи-захисту:

(51) <*TheSilentHorizon*>: *Den Schwachsinn kannst du doch nicht ernsthaft glauben ha ha ha. Ich gebs auf. Diesen Clusterfuck an falschen Gedankengängen zu entwirren ist mir jetzt echt eine Spur zu dumm.+> Deine Ideen lohnen sich nicht.*

<*Stefan Borkenstein*>: «*Kritikfähigkeit kommt sehr schnell an ihre Grenzen*» *Um diesen Clusterfuck an falschen (eins 11+) Gedankengängen zu entwirren bist du aufjedenfall zu blöd. Ich hätte es an deiner stelle auch garnicht erst versucht und stattdessen irgendwas beleidigendes geschrieben und mit amerikanischem Gossenslang kombiniert. Damit es nicht so wirkt als wenn du einfach nur total weich bist. Chapeau! Und ein Hoch auf die deutsche Diskussionskultur.*

(<https://www.youtube.com/watch?v=Gsnq7Ebx-tM>)

Типовим для реалізації тактики спаплюження є використання порівняльних оборотів та лексем з пейоративним значенням, як у такому прикладі:

(52) <*Dennis Herrmann*>: *Schwule Menschen sind nun mal unnormal. Biologisch und religiös gesehen. Sonst würde man ja auch Adam und Adam sagen*



<*René Kasper*>: *Deine ansichten sind peinlicher als obama den freidensnobelpreis zu verliehen ;) So ein Blödsinn.*

<*Dennis Herrmann*>: *Wieso Blödsinn. Können zwei Männer Kinder bekommen? Nein also ist es auch unnormal. Die Evolution der Menschen kann nur durch Fortpflanzung bestehen. Und das ist nur möglich wenn Mann und Frau ficken.*

(<https://www.facebook.com/Maennerseite/?fref=ts>)

Типовим для тактики спаплюження є відсутність індикаторів на поверхневому рівні мовленнєвого акту, тобто рівні граматичної та синтаксичної структури та лексичного складу. Тактика спаплюження реалізується завдяки дискурсивному контексту. Користувач *joni171090MC* використовує логічний прийом доведення до абсурду.

(53) <*joni171090MC*>: Hast du das Bild mit einem Toaster gemacht ? Oder mit'n Gameboy ? 😂 Das foto wurde mit 1 Mikrowelle geschossen+> Dein Foto ist schlecht.

<*Kim Suraka*>: *Merkste eig. noch was? Alles was du sagst ist einfach nur dumm und lächerlich* 😂

(<https://www.facebook.com/Bushido/?fref=ts>)

Сарказм може поєднуватись з модальними частками та займенниками. Бачимо такий випадок реалізації тактики спаплюження у репліці користувача *Tim Stallbaum*:

(54) <*Tim Stallbaum*>: *Der Beweis, dass Humor und links eben nicht zusammenpassen, wurde zudem empirisch erneut von dir belegt. Dazu hast du die von vielen anderern hier geäußerte Vermutung, Linke seien per se irgendwie intelligent(er) auch noch krachend widerlegt. Danke dafür. Ein jeder mag sich da ein Urteil bilden. +> Deine linke politische Orientierung ist schlecht.*

<*brokkoli9*>: *Gott bist du arm* 😂 *Einfach nur neidisch xD Just mad like hell* 😂

(<https://www.youtube.com/watch?v=xevQkbRf5t4>)

Частотними є випадки реалізації тактики спаплюження завдяки сарказму у поєднанні із емотиконами:

(55) <*Frank Zimmermann*>: *Ich bin Metzger, ich weiß bescheid! Was anderes kommt mir da nicht auf den Grill !*

<*Andreas Krause*>: Wer seinen Lebensunterhalt damit verdient, andere umzubringen und zu zerstückeln, dem würde ich nicht unbedingt vertrauen ;-) +> Du bist schlecht, weil deine Arbeit schlecht ist.

<Frank Zimmermann>: Dummes Gelaber ! Was denkst du denn wer das Tofutier fängt, tötet, zerstückelt und dann zum Schnitzel formt ? 🤪🤪

(https://www.facebook.com/Maennerseite/?__mref=message_bubble)

Підводячи підсумки огляду тактики спаплюження, зазначимо, що найтипівішим показником цієї тактики є експресивна оцінність та емоційність. Для тактики спаплюження характерними є такі вербальні та графічні засоби:

1) Лексико-граматичні засоби: okazionalizmi, epiteti, metafory, metonimija; stilistично знижена лексика; лексика з пейоративним значенням; посилювальні частки; словотвір.

2) Синтаксично-пунктуаційні засоби: порушення структури рамкових конструкцій, інверсія, анафора, синтаксичний паралелізм, парцеляція, різноманітні розділові знаки.

3) Графічні засоби: емотикони, графічні позначення емоцій.

2.2.5. Тактика глузування

Тактика глузування (8,6 %) реалізує локальну ціль адресата передати думку, що відповідає імплікатурі: «Ти поганий, оскільки ти / твоя поведінка смішні».

Під час реалізації тактики глузування (не)вербалізованою, тобто імпліцитно чи експліцитно вираженою, є категорія, що пов'язана з суспільною і комунікативною поведінкою адресата.

Найчастіше (у 34,8 % випадків) експліцитно виражена негативна оцінка поєднується при реалізації цієї тактики з експліцитним посиланням на об'єкт оцінки. Майже такий самий показник (33,2 %) зафіксовано і при поєднанні імпліцитно вираженої оцінки з експліцитним посиланням на об'єкт оцінки. Докладніше – див. додаток В (табл. 6).

Тактика глузування демонструє велику креативність щодо добору мовних засобів користувачів. Розповсюдженими є метафоричні вирази, приміром, користувача *MacSre* у наведеному нижче прикладі дратує

вказування на його помилку користувачем *Dayrunner13* (вдало реалізована тактика дискредитації). У відповідь він намагається реалізувати стратегію завдання образу, демонструючи зневажливе ставлення до його зауваження із саркастичним використанням метафори «1 євро до твоєї розумової кружки» (мається на увазі кружка, до якої збирають подаяння жебраки) із очевидною нещирістю, що підкреслено використанням відповідних емотиконів:

(56) <Dayrunner13>: *Bushido hat den bambi bekommen weil er nicht nur tracks (lieder) macht in denen er gangster ist sondern weil er tracks macht die zu allem passen wie z.b. zeiten ändern dich und niemand macht irgendjemand kriminell das ist die eigene persönliche entscheidung ich bin persönlich kein fan von bushido ein paar seiner tracks mag ich ein paar aber auch nicht das was bushido macht ist kunst und wieso sollte er dafür nicht anerkannt werden ? Und die agliezismen die wir (ich bin 15) die jungend benutzen kommen nicht durch ihn sondern durch das social media und bushido geht nur mit dem trend ich finde sido und bushido werden zu unrecht an den pranger gestellt das sie für ihre kunst nicht anerkannt und beachtet und respektiert werden und das ist diskriminieren und beukutieren*

<MacSpe>: *anglieziesmen

<Dayrunner13>: Ein Euro in die Klugscheißer Dose bitte 🤔🤔🤔🤔🤔

+> *Dein Benehmen ist lächerlich.*

<MacSpe >: *Da hast du allerdings recht* 😂😂😂🏆🏆🏆🏆🏆🏆🏆

(https://www.youtube.com/watch?v=HxO7xmu24_0)

Частотними є випадки використання під час реалізації тактики глузування парцеляції, риторичних питань, великої кількості знаків оклику, що свідчить про надмірну емоційність. У наступному прикладі тактика глузування реалізується в респонсивній репліці:

(57) <Rebel Heart>: *Wer immer noch glaubt dass DSDS auch nur zu 1% echt ist dem ist doch echt nicht mehr zu helfen. UNTERMENSCHENSENDUNG!*

<Andreas Rudolph>: Verdammt, wir haben immer noch Untermenschen ?,..da hatte doch der Adolf seinem Heinrich befohlen das « Problem» zu lösen !...nun sind sie bei RTL ? so ein Pech aber auch,...im Lager (!!) ist das Zyklon B auch nicht mehr da,...ob der Putin noch was liefern kann ? der hat doch Gas !..ok,..alles nur etwas Satire,..gute Nacht Herr Übermensch.

<Rebel Heart>: Gute Nacht. rip 🤔 🤔 🤔

(<https://www.youtube.com/watch?v=MeWkXPAtayQ>)

Типовими для тактики глузування є модальні слова (семантика яких пов'язана з модальністю і які при цьому не є членами речення). Вони можуть виражати емоційне ставлення мовця (*leider, hoffentlich*) або демонструвати епістемічне пропозиційне ставлення мовця (*natürlich, angeblich, wirklich, sicher, hoffentlich, wirklich, offensichtlich, anscheinend, vielleicht, bestimmt, offensichtlich, kaum*); до епістемічних модальних слів належать аксіологічні модальні слова, тобто такі, що виражають оцінку (*lieber, besser, logischerweise*). Окрім іншого, саме частки є одним з найпотужніших засобів для конструювання імплікатур. У наведеному нижче прикладі частка є індикатором сарказму стосовно стереотипу, що кожний вважає, ніби зробив би все краще за уряд. Адресат на реалізацію тактики глузування не відреагував, проте бачимо реакцію іншого користувача і тому вважаємо, що стратегія завдання образи дійсно має місце в цьому дискурсивному фрагменті:

(58) <Rolf W. Becker>: merkel unterstützt die ermordung von unschuldigen ganz normalen einwohnern.

<Manu Aus Lev>: Stimmt, du solltest offensichtlich lieber Bundeskanzler sein, du wirst sicher sofort alles besser machen. +>Diese Behauptung ist lächerlich.

<Andrea Schubert>: Immer dieses schwachsinnige Argument. Er hat diesen Beruf aber nicht gewählt und wird auch nicht dafür bezahlt, er muss es nicht besser können. Merkel schon.

(<https://www.facebook.com/SPD.Berlin/?fref=ts>)

Показовою є роль синтаксису (вигуки) та пунктуації (багатокрапки, відсутність розділових знаків) та графічних засобів у поєднанні із сарказмом під час реалізації тактики глузування. Реалізація тактики глузування відбувається великою мірою завдяки контексту.

(59) <Willi Winner>: *Frau vorHauten. Was sind denn «wow Frauen»? Man bist du dumm. Ich muss lachen.*

<Silvia Hauten>: *Oh ja:)))))))))) wie dumm ich bin schau mal auf dein eigenes Profil... Da siehst du genug Hintern von den «wow Frauen» die du gerne an deiner Seite hättest... +> *Du stellst dich lächerlich vor.**

<Christian Kaatz>: *50 Mark auf Silvia Hauten grin emoticon*

(<https://www.facebook.com/thebosshoss/?fref=ts>)

Тактика глузування демонструє широке вживання прийому іронії. Іронія має місце у таких висловленнях, де буквальне значення протилежне дискурсивному:

(60) <Jade Edwards>: *Boah watn kak labberst du wenn du diese filme verdammt nicht magst dan guck sie dir auh nicht an*

<Xx The imbuka Xx X>: *Wenn ich ihn mir schon angesehen hab, soll ich ihn mir nicht angucken.. ach so, natürlich +> *Du bist lächerlich.**

<Jade Edwards>: *Trottel bist du.*

(<https://www.youtube.com/watch?v=W1FigL5IGrw>).

У великій кількості випадків реалізації тактики глузування індикатором слугують негативно марковані прецедентні імена або позитивно марковані прецедентні імена, що вживаються саркастично. Іронія поєднується із сарказмом та графічними виділеннями як невербальним засобом. У наступному прикладі іронія (*ein Autor*) підсилюється сарказмом (*Thomas Mann*) за рахунок написання займенника *du* з великої літери та різкого переходу на нижній регістр, а також цитуванням помилки адресата у відповідь (вказування на помилку в контр-стратегіях); респонсивне висловлення містить саркастичне зауваження (комунікативний внесок містить нерелевантну, на перший погляд, інформацію з метою нівелювати

значущість попереднього висловлення адресата), а також надання поради з метою реалізації тактики спаплюження у якості контр-стратегії (*a strategy of counter-offence*). Під зазначенням власного роду діяльності можна розуміти навмисне порівняння-протиставлення, або підкреслення непотрібності такої інформації з боку адресата. Наведення помилки адресата як аргументу на користь неосвіченості останнього додатково підкреслює глузування:

(61) <H. Celine> +Luca Dills: Thomas Mann, was machst Du denn hier? «korriegerit», alles klar, ein Autor. Ich bin Rennfahrer.+>Dein kommunikatives Benehmen ist lächerlich.

<Luca Dills> +H. Celine: cool, meine ex fuhr auch freizeitmässig rennen. usst aber auf dein kopf aufpassen, nicht das du noch einen unfall baust.

(<https://www.youtube.com/watch?v=aUdsicLqj2M>)

Розповсюдженням випадком реалізації тактики глузування є поєднання сарказму з логічними та модальними частками, наказовим способом дієслів, або лексикою з пейоративним значенням.

(62) <max miller>: schneidet euch erst mal die bärte ihr witzfiguren, KINDER Allah der Allerbarmer. Er hat ihnen das Gewicht Ihres Hirns durch die Leichtigkeit ihrer Bärte ersetzt.+> Ihr seid lächerlich.

<Arda Mert>: Yuck Fou! Max Miller!



Die reden so ein Scheiß da so was kann man einfach nicht mehr glauben
Ihr Gläubigen! Nehmt euch nicht die Juden und die Muslime zu Freunden!.

(<https://www.youtube.com/watch?v=MXAKRbi0AH4>)

Частотним є також поєднання саркастичних номінацій у комбінації з займенником *du*. У наступному прикладі у рамках обговорення на сторінці відомого репера на ім'я *Kay One*, який виклав фото, де він позує у якості моделі, користувачка *Stephanie S* в ініціалній репліці висловлює своє захоплення та робить комплімент зовнішності репера, стверджуючи, що він вже давно рекламував би одяг бренду *Calvin Klein*, якби не став співаком.

Користувач під ніком *Asia Aktas* зводить свою респонсивну репліку до одного слова, позначеного зірочкою (що означає в інтернет-комунікації виправлення), – імені дизайнера, написаного з великої літери. Тим самим він реалізує тактику *дискредитації*. Авторці ініціальної репліки цей факт не сподобався, і у відповідь вона теж вдається до стратегії завдання образи, що реалізується в тактиці *глузування*. Констатуємо наявність сарказму через явну нещирість вибачення та експлікуємо смисл, зворотній до буквального (користувачка вважає недоречною роль адресата у якості вчителя по відношенню до неї). Реакцією користувача *Asya Aktas* є демонстрація емоцій через використання емотиконів, що є свідченням того, що він розпізнав стратегію завдання образи.

(63) <Marina Düllmann>: *Oh mein gott Wäre er kein Rapper wär er schon lang bei calvin klein*

<Asya Aktas>: *Calvin* +> Du weißt nicht, wie man den Namen richtig schreibt.*

<Stephanie S>: *Jaja sorry du Deutschlehrer +> Du machst dich wichtig und verbesserst mich, obwohl du kein Deutschlehrer bist.*

<Asya Aktas>: 🙄💀😬

(https://www.facebook.com/princekayone/?fref=ts&__mref=message_bubb)

Частотною під час реалізації тактики *глузування* є наявність метафор, у складі яких є лексеми зниженого стилю. Типовою є і комбінація часток із сарказмом. У наступному прикладі мовець реалізує тактику *глузування*, приписуючи адресатові націоналістичні погляди та висміюючи типове нацистське партійне привітання – жест правою рукою:

(64) <DerSpassVerderber>: *Naja, ich will ja jtz nichts sagen nh, aber wenn man schon so ein Richtiger Nazi ist so wie du, dann sollte man «Deutscher», schon wenigstens richtig schreiben. Naja, aber kannst du ja nichts für, ihr müsst ja eh schon den ganzen tag die Rechte in die Hand Strecken damit wenigstens etwas Blut in die Birne kommt das eure Gehirnzellen antreiben kann.+> Du bist lächerlich.*

<Gregory House>: *Ich habe eine ehrliche Diskussion mit dir angefangen.*

Fang jetzt nicht an, mich lächerlich zu machen und mir Nationalismus aufzutischen. Sonst beende ich die Diskussion.

(https://www.youtube.com/watch?v=gCnDYEcZ_iA)

Вивчення випадків використання тактики глузування дозволяє зробити такі висновки щодо типових мовних та мовленнєвих засобів її реалізації:

1) Лексико-граматичні засоби: okazіonalіzmi, евфемізми, еративи, в тому числі есхрофемізми, іронічне вживання прецедентних імен, okazіonalіzmi, апокопи, алітерації, сленгові деабривіації, спунеризми, семантична декомпозиція фразеологізмів; вигуки, в тому числі ті, що слугують для передачі емоцій (*ach, au, pfui, o, hä?, haha, Mensch, Mist, Scheiße, meine Güte, geh, komm, igitt, Maaaaan, bitte, BITTE, Hallo, boah, НАНА, Hmmm, bhhh, Tja, blablabla, örrghh*); модальне дієслово (*lassen*).

2) Синтаксично-пунктуаційні засоби: риторичні запитання; конструкції з використанням кон'юнктивів, еліпсис.

3) Графічні засоби: емотикони; шрифтові виділення.

2.2.6. Тактика дискредитації

Тактика дискредитації (21,4 %) реалізує локальну ціль адресата донести думку, що відповідає імплікатурі: «Ти поганий, оскільки ти некомпетентний і не розумієшся в цій справі / темі (компетентність, вміння, навички, результати праці)».

Під час реалізації тактики дискредитації не\вербалізованими, тобто імпліцитно чи експліцитно вираженими, є такі категорії, як компетентність, вміння, навички, результати праці адресата.

На відміну від інших тактик, при реалізації тактики дискредитації найчастіше (у 31,7 % випадків) поєднуються імпліцитно виражена негативна оцінка та експліцитне посилення на об'єкт оцінки. Докладніше – див. додаток В (табл. 7).

Типовими мовними показниками тактики дискредитації, за результатами нашого дослідження, виявилися на синтаксичному рівні дієслова в наказовому

способі у поєднанні з модальним словом *lieber*, дієслівні групи в формі *Konjunktiv II* в умовних нереальних реченнях та в якості маркерів ввічливості у поєднанні з нещирістю, що призводить до іронічного або саркастичного ефекту. Типовими мовними показниками є присвійні займенники, лексичні одиниці, що виражають знеособлену невизначеність (*jemand / etwas*, прецедентне ім'я *Karl*), модальні дієслова, часто у формі *Konjunktiv II*, імперативи із заперечною часткою *nicht* та заперечного займенника *kein*, неологізми та оказіоналізми з пейоративним значенням, присвійні займенники (*unser, mein, dein, euer*), конструкція

du hättest / wärest lieber, інтродуктивний анафоричний особовий займенник *Ich*.

Типовим випадком реалізації тактики дискредитації є вживання дієслів у наказовому способі у поєднанні з модальними словами (*offenbar, sicherlich, natürlich, etwa*) та частками (*zu, doch*):

(65) <Sven Dangelmaier>: *Jetzt mal ernsthaft, wär sagt schon "ich hoffe mein sohn ist schwul." ich hasse schwule nicht, aber egal ob religiös oder nicht: gott hat adam und eva und nicht adam und adam geschaffen und Mutternatur hat 2 verschiedene geschlechter geschaffen. Wollte die natur schwuchteln hätte sie ja nur ein geschlecht schaffen müssen.*

<Manuel Molnar>: *Willst du etwa sagen, dass Schwule sich selbst dazu entscheiden, schwul zu sein? :D Natürlich gibt es a-sexuelle tiere, aber das sind alles "niedere" Lebewesen die nur nach instinkten handeln und keinen willen haben. Menschen haben einen eigenen Willen und werden sicherlich nicht von Instinkten gesteuert. Wir sind viel zu komplex um uns nur mit dem eigenen erbgut fortzupflanzen. Mein Wissen in Biologie ist deinem offenbar doch bisschen überlegen. Geh nochmal in die Schule, 1. Klasse und lern rechtschreiben. ("erschaffen", "geschlecht") +> Du bist unwissend.*

<Sven Dangelmaier>: *tut mir leid, aber morgens um 1 Uhr habe ich wichtigere Dinge zu tun, als auf meine rechtschreibung zu achten. lustig das du gerade einem Autor mit dem argument kommst ;)*

(<https://www.facebook.com/schwule.jungs.gays/?fref=ts>)

Характерним для тактики дискредитації є також використання наказового способу дієслів у поєднанні не тільки з модальними словами, а й, в першу чергу, з лексемами з пейоративним значенням. У наступному прикладі тактика дискредитації реалізується завдяки виведенню імплікатури «Ти не розумієшся на футболі».

(66) <freieLilith>: *Was ein kleiner Bauern-Knecht der von Beruf Erfolgsfan ist vom BVB hält interessiert mich nen Scheiß, lern lieber worum es im Fußball wirklich geht und lauer mich nicht voll, Klatschpappe !! +> Du verstehst nichts von Fußball.*

<schamhaary>: *mimimimimi.*

(<https://www.youtube.com/watch?v=JESpA2Yxa9E>)

Частотним є вживання аксіологічних прислівників та модальних часток. У наступному прикладі користувач *MrEntenfutter* підкреслює насмішкуватий тон емотиконом:

(67) <Zyankali1>: *Du glaubst aber nicht im Ernst, dass mich diene Meinung interessiert?*

<MrEntenfutter>: *Sicher nicht 🤪 ich meine du hast ja auch anscheinend nie Interesse an Bildung gehabt +> Du bist ungebildet.*

<Zyankali1>: „[...] und der Dumme weiß alles besser.“ (Sokrates)

(https://www.youtube.com/all_comments?v=QyxdQ6OLDuo&lc=1xf8g2p9zhA2MygohHIXb0w3bM_K-Pw24M3ae5dPLKM)

Тактика дискредитації нерідко реалізується за допомогою метафор, як у цьому прикладі:

(68) <Älu vothun>: *wenn du lieber braune satiriker hörst, könnte ich dir ein paar aus der Schweiz empfehlen.*

<alexanderkrampe>: *Bevor Sie jetzt vollkommen über die Einfalt Ihrer Vorstellungskraft stolpern (obwohl der Hinweis auf die Schweiz ganz sympathisch wirkt): Ein guter Kabarettist ist meiner Ansicht nach niemals ein Ideologe. Schon gar kein politischer. Deutsche haben halt ganz gern Lehrer als Kabarettisten. Meine Vorstellung eines herausragenden Kabarettisten ist immer: klug, aufgeklärt*

unabhängig und witzig auf eine musikalische Art. Das kann natürlich in der Konsequenz eine ideologisch prägende Aussage sein, aber eben niemals direkt. Beispiele: Polt, Qualtinger, Hader. Das Erzieherische ist dort verborgen, tritt niemals offen zutage und wirkt demnach auch nicht so platt. +> Sie verstehen nichts von der Sache.

<Älu vothun>: Die Einfalt meiner Vorstellungskraft? Was soll ich denn denken, wenn Sie sich einen Kabarettisten ansehen und als erstes auf dessen politische Gesinnung rumhacken (selbst wenn Sie diese von Anfang an falsch eingeschätzt haben).

(<https://www.youtube.com/watch?v=06sAmcY25U0>)

Типовим є також використання неповних синтаксичних конструкцій в невизначено-особових реченнях та синтаксичної конструкції обрамлення у поєднанні з вигуками. Такі конструкції часто містять пейоративи, неозначені та заперечувальні займенники. Вигуки (як невербальний елемент) взагалі є частотним елементом в таких конструкціях в німецькомовному інтернет-дискурсі. Такий випадок демонструє наступний приклад, в якому іде обговорення результатів футбольної гри між Німеччиною та Італією. Користувач *Winston Smith* вважає незаслуженою перемогу італійців, про що він і повідомляє в своїй ініціальной репліці. Користувач *erundoo* вболівав за Італію та в респонсивній репліці вдається до тактики приниження, експліцитно виражаючи в нереальному умовному реченні, що отримав би задоволення від спостереження засмученості користувача *Winston Smith* результатом гри (як емоційної реакції на програш команди, за яку вболівав). Відповідь на цей хід міститься в наступній репліці користувача *Winston Smith*, в якій він реалізує тактику дискредитації. Саркастична тональність передається оноματοпоетикою *haha*, що апроксимує саркастичний сміх, та посилюється синтаксичною конструкцією обрамлення: елемент *haha* має місце на початку та наприкінці висловлення. Окрім того, підкреслимо роль займенника *irgendein* перед лексемою із негативною оцінною семою *Scheiße*:

(69) <erundoo>: *Unverdientester Wm Titel den ich jemals gesehen habe*
<Winston Smith>: *haha keine ahnung von fußball haben und trotzdem*
irgendeine scheiße schreiben haha +> *Du verstehst nichts von der Sache.*

<erundoo>: *deine fresse hätte ich gern beim abpfiff gesehen:D* +> *Ich habe es gern, wenn es dir schlecht geht.*

(<https://www.youtube.com/watch?v=OhyNvPFSAxY>)

Показовим для тактики дискредитації є креативне вживання розділових знаків та графічних виділень. Наведений нижче приклад демонструє використання такого прийому в межах однієї лексеми, що має особливо сильний стилістичний ефект в процесі конструювання смислу «Ти не знаєшся на німецькій мові». Ініціальною реплікою є висловлення, яким імпліковано погане знання адресатом правопису через експлуатацію стереотипу про недолугість глядачів телебачення (окремої програми) відносно адресата. Наведений приклад також демонструє розповсюджений для втілення тактики дискредитації прийом передражнювання. Додаткового посилення тактики дискредитації досягнуто за рахунок навмисної імітації мовцем попередніх помилок адресата за рахунок прийому еративного викривлення правопису. Зазначимо, що морфо-синтаксичні засоби мови мають великий потенціал у вираженні різноманітних інтенцій та стратегій мовця: вони можуть посилювати виразність та емотивність висловлення, додавати йому певних відтінків.

(70) <TheJustJoined>: *Bitte lern Deutsch und Rechtschreibung... achso du bist ja RTL Zuschauer: DEUTSCH LERN DU DANN SCHREIBEN TUN ERST!*
D.E.P.P. +> *Du kannst Deutsch nicht.*

<Dr Bones>: 🤪🤪🤪



(<https://www.youtube.com/watch?v=krw1oxkjAuc>)

Частотною для реалізації тактики дискредитації є інфінітивна конструкція «*ohne zu + Infinitiv*». У більшості випадків ця конструкція посилюється вигуками. Нижче наведено дискурсивний фрагмент під відео коміка-стендапера Хапе Керкелінга стосовно того, що німців не дуже люблять за кордоном. Під час шоу він імітує різні мови, що є предметом обговорення користувачок *Cybraxas* та *Fräulein Menke*. У перших двох репліках користувачки вдаються до тактик дискредитації, імплікуючи, що кожна з них не розуміється на справі, причому респонсивна репліка містить текстовий елемент структури попереднього висловлення, в якому реалізована стратегія завдання образи.

(71) <*Cybraxas*>: *Also für Englisch, Französisch, Italienisch, Holländisch und Polnisch kann ich meine Hand ins Feuer legen, dass das korrekt gesprochen war (bis auf ein bisschen beabsichtigtes Gemurmel am Ende). Auf welcher Grundlage du das behauptest, weiß ich nicht. Du spekulierst, ohne die Sprachen überhaupt zu verstehen. Also bitte pscht. +> Du bist unwissend.*

<*Fräulein Menke*>: *Der Sketch ist mehrmals auf Youtube hochgeladen, und in den Diskussionssträngen wurden etliche Sprachen als «Pseudosprachen» identifiziert. Nix «pscht». +> Du bist selber unwissend.*

(https://www.youtube.com/results?search_query=hape+kerkeling+deutsche+im+ausland)

Існує велика кількість випадків, коли єдиним індикатором тактики дискредитації є графічне виділення як невербальний компонент, наявність якого уможлиблює виведення смислу «Ти не розумієшся на політиці» за наявності певного дискурсивного контексту.

(72) <Josef Huber>: *Schön das hier verschleiert wird, dass Hans Olaf Henkel (der Ex-BDI-Chef) in der rechtspopulistischen AfD drin ist. Das ist ein Streitgespräch zwischen Linke und den Eurohassern der AfD.*

<Franziska Backer>: FALSCH. DIE LINKE IST LINKS; DIE GRÜNEN SIND NATÜRLICH LINKS UND DIE SPD IST AUCH LINKS. DU HAST ECHT NULL AHNUNG VON DER POLITIK.

<Josef Huber>: *Ich weiß nicht so richtig, was Sie mir eigentlich vermitteln wollen.*

(<https://www.facebook.com/alternativefuerde/?fref=ts>)

Одним із специфічних і показових засобів реалізації тактики дискредитації в німецькомовній інтернет-комунікації на пунктуаційному рівні є знак хештегу, який зазвичай використовується для позначення ключових слів та виконує роль гіперпосилання. Так само як знак «*», що використовується для позначення виправлення, хештег може слугувати індикатором для виведення імпліцитної пропозиції. Посилання з хештегами часто посилюються лексемами з семою негативної оцінки. Окрім того, тактика дискредитації зазвичай спрямована на текстові особливості попередніх висловлень адресата (засоби висловлення, стиль, викладення). У наступному прикладі автор ініціальної репліки висловлює думку, що правопис та аргументація адресата погані.

(73) <Thorsten Neumann>: *Du hast also null Argumente, was mich auf der ganzen Linie bestätigt. Außerdem... Du wirst nur mit deiner Rechtschreibung kriminell. #Duden. Einfach nur peinlich+> Du bist unwissend.*

<Hopfner Karsten>: *Null Argumente – Das beweist doch eindeutig deinen niedrigen IQ, denn Argumente, die dir nicht passen, begreifst du dadurch nicht.*

(<https://www.facebook.com/offizielle.maennerseite/?fref=ts>)

За даними зібраного матеріалу, тактика дискредитації реалізується за допомогою наступних мовних та мовленнєвих засобів:

1) Лексико-граматичні засоби: присвійні займенники, лексичні одиниці, що виражають знеособлену невизначеність (*jemand / etwas*, прецедентне ім'я *Karl*), модальні дієслова, часто у формі *Konjunktiv II*, імперативи із заперечною часткою *nicht* та заперечного займенника *kein*, неологізми та okazіоналізми з пейоративним значенням, присвійні займенники (*unser, mein, dein, euer*), конструкція *du hättest / wärest lieber*, інтродуктивний анафоричний особовий займенник *Ich*.

2) Синтаксично-пунктуаційні засоби: риторичні запитання; наказовий спосіб у поєднанні з модальним словом *lieber*, дієслівні групи в формі *Konjunktiv II* в умовних нереальних реченнях та у якості маркерів ввічливості у поєднанні з нещирістю, що призводить до іронічного або саркастичного ефекту.

3) Графічні засоби: емотикони; шрифтові виділення.

2.3. Дискурсивні особливості аранжування тактик завдання образи

У нашому дискурсивному матеріалі відносно мало представлені випадки ізольованого використання тактик. Більша частина (76,4 %) образливих комунікативних внесків представлена комбінацією тактик, тобто можна казати про певне «тактичне аранжування» в реалізації стратегії завдання образи.

Найтипівішим випадком аранжування тактик, як продемонстрував наш дискурсивний матеріал, є комбінація тактик ураження та дискредитації (22,7 %). Так, у наступному прикладі користувач *Max Wiczorek* вдається до комбінації цих двох тактик. Власне ініціальна репліка складається з двох мовленнєвих актів відповідно. Частотним прийомом є використання вставної лексеми *hauptsache*, що підкреслює протиставлення, «стягує» увагу та переводить фокус на певний негативний аспект, який бажає висвітлити мовець. Посилення відбувається також за рахунок імпліцитного

порівняння із використанням прецедентного імені персонажу *Trauriger Bob* із гри *Wynncraft*, синтаксичного прийому клімаксу – градуального посилення експресивності кожної наступної лексеми з пейоративним значенням: *schwätzen*, *hirnverbrannt* та центрального і фінального елементу стратегії завдання образи – позначеного хештегом слова *#minusbrain* (оказіоналізм, що складається з двох елементів: негативно-оцінного *minus-* та англіцизму *brain*). Користувач *Honki Tonk* реалізує тактику припониження та використовує аналогічний прийом з хештегом і в такий спосіб реалізує зворотню стратегію завдання образи, яка свідчить про саркастичне ставлення до спроби спілкуватись хештегами:

(74) <Max Wieczorek>: *hauptsache was von grammatik schwätzen, aber seit mit d schreiben... trauriger bob! bist du hirnverbrannt... #minusbrain.*

<Honki Tonk>: *#selberselber ihr seit so traurig* +> *Ich bin gleichgültig euch gegenüber.*

(<https://www.youtube.com/watch?v=Ha0Uz5Q5pzU>)

Типовою є комбінація тактик *дискримінації* та *ураження* (18,5 %) Маркером тактики дискримінації є багаторазове протиставлення «МИ-групи» :: «ВОНИ-групи» через використання займенників *wir*, *du*, *ihr*, зазначення адресата за допомогою соціальної категорії *spanier*, що позначає національність, а також через автореференцію для посилення протиставлення. Ключову роль в реалізації тактики відіграв нік адресата *Hala Madrid*, що дало змогу мовцеві встановити «ВОНИ-групу». Тактика ураження структурно розташована між двома епізодами реалізації тактиками дискримінації. Респонсивна репліка містить тактику *дискредитації*:

(75) <Dragomir 08>: *Du spanier, du bist einfach nur beleidigt. Deine Behauptung ist aus der Luft gegriffen und grenzt an harscher Idiotie. Wir sind die besten der besten und ihr spanier seid einfach Scheis*.*

<Hala Madrid >: *schon mal was von Grammatik gehört?!* +> *Du bist ungebildet.*

(<https://www.youtube.com/watch?v=EpU61NetxYM>)

Типовим є і аранжування тактик *ураження* та навішування ярликів як підтипу дискримінації. Тактику ураження користувачка *Marina Düllmann* впроваджує в своїй відповіді на попередню репліку учасника діалогу *Markus Hebesberger*, називаючи його манекенником і активуючи відомий стереотип про те, що всі манекенники гарні, проте мають низький інтелект. У цьому випадку при конструюванні стратегії завдання образи свою роль зіграла аватара адресата, де він позує. *Markus Hebesberger*, в свою чергу, реагує фразою-кліше – англіцизмом *fail* у супроводі графемі, що апроксимує сміх і виражає небажання продовжувати розмову. Проте *Markus Hebesberger* продовжує свою репліку і реалізує тактику приниження через імпліцитне порівняння особистості адресатки із брудом (елемент *Müll-*). Центральним є прийом використання есхрофемізму із залученням ніку адресатки (*Müllmann* ← *Düllmann*). Окрім того, мовець вдається до повтору структури попередніх коментарів користувачки *Marina Düllmann*, що починались з *sorry*, займенника *du* та лексеми з контекстуальним пейоративним значенням (контекстуальна негативна конотація):

(76) <*Marina Düllmann*>: *Sorry du Model +>Du bist schön, aber dumm.*



<*Markus Hebesberger*>: *Fail xD Marina Düllmann sry du Müllmann*

(https://www.facebook.com/princekayone/?fref=ts&__mref=message_bubble)

Тактика *ураження* часто комбінується з тактикою *дискредитації* або *глузування*, при чому обидві тактики можуть реалізуватися в межах одного мовленнєвого акту. До того ж у наведеному прикладі ми маємо справу з контекстуальним (додатковим) негативним значенням, де лексема *Anhänger* протиставлена лексемі *Wähler*, причому лексема *Anhänger* отримала додаткову сему «несвідомий, нерозумний прихильник». Емоційний стан передається експліцитно за рахунок називання емоції та використання зірочок. Саркастичний тон є додатковим механізмом для конституювання

стратегії завдання образи в комунікації, основою якої є текст (зокрема, в асинхронному інтернет-спілкуванні).

(77) <Thaddäus Krey>: *wein* Anhänger aber nicht Wähler wie mir dein Nickname verrät. +> Du hast einen doofen Nickname. Du bist doof und bist nicht in der Lage, selbst zu wählen.

Auch Schulabschlüsse sind wohl noch nicht in ausreichender Qualität bei dir vorliegend.

Du setzt dich selbst spot aus.

Lese bitte über die Geschichte Afghanistan`s nach und wer die Taliban sind und woher sie kommen.+> Und ich hingegen verstehe alles gut.

<PelikanVogel>: 33 IQ-Punkte ;)

(<https://www.youtube.com/watch?v=WNkDGxaRutQ>)

Типовою є комбінація тактик дискримінації та спалювання. У наведеному прикладі тактика дискримінації реалізується в першу чергу за рахунок лексеми *Muttwähler*, в якій відображено пейоративне переосмислення «лівих» поглядів та надання негативної оцінки групі громадян, які дотримуються ідей соціалізму та є прихильниками канцлера Ангели Меркель, яка саме впроваджує політику соціального захисту і яку в пресі іронічно називають *Mutti*. Разом із тим експліцитно надається негативна оцінка озвученим ідеям та поглядам, яких дотримується адресат, тобто реалізується тактика спалювання із використанням лексем *kotzen*, *ewiggestrig*, *denkbefreit*, *unqualifiziert*, *dünnpfiff*, що мають негативну оцінну семантику:


(78) <Heinz Scharrer>: warum kotzen hier eigentlich so viele ewiggestrige denkbefreite muttwähler ihren dünnpfiff in die runde? +> Du gehörst zur schlechten Gruppe. Deine Ansichten sind schlecht.

<Hinrich Stange> Vielleicht gibst du mal deine Sachwarz-weiß-Denke auf. Und lern lesen...

(<https://www.facebook.com/FDP/?fref=ts>)

Типовою є також комбінація тактик ураження, дискримінації та/або спаплюження. Так, у наступному прикладі відповідь користувача *Daniel Wasgeheuchdasan* містить okazionalizmi з негативними конотаціями «*Weißwürstchen-Hirn*» та «*Bauern-Tölpel*», що базуються на стереотипі «Баварія – земля селяноків» та згадуванні кулінарних вподобань баварців: «баварці люблять білі ковбаски» (йдеться про типову баварську страву – білу ковбасу), метонімічно пов'язуючи їх із назвою футбольного клубу «Баварія».

(79) <Justus Kettrukat >: *und das sagt alles. Jedwelche Diskussion mit dir ist sinnlos. Bejubele mal schön deine Absteigertruppe ^^*

<Daniel Wasgeheuchdasan>: *Danke werde ich tun ;) Stell dir vor man kann seine Mannschaft auch noch bejubeln wenn sie mal schlecht spielt und muss sie nicht gleich auspfeifen und aus dem Stadion rennen, aber das geht wahrscheinlich nicht in dein Weißwürstchen-Hirn rein du Bauern-Tölpel*
 +> *Du bist dumm. Deine Herkunft ist schlecht. Die Gruppe, zu der du gehörst, ist schlecht.*

<Justus Kettrukat>: *Ich finde so Menschen wie dich einfach nur abstoßend.*

(<https://www.youtube.com/watch?v=jendbJDxsFo>)

У нашому матеріалі зустрічається також комбінація трьох тактик стратегії завдання образи (3,4 %). У наступному прикладі бачимо комбінацію: 1) тактики г л у з у в а н н я з експліцитною кваліфікацією адресата як смішного; 2) тактики у р а ж е н н я , реалізованої у висловленні, що містить запитання про вік адресата та імплікує порівняння із якостями дитини, а саме незрілістю; 3) тактики п р и н и ж е н н я , реалізованої завдяки софізму з імпліцитним умовиводом:

(80) <Petra Mischke>: *Mäuschen. so etwas wie Dich, fresse ich zum Frühstück. Lesen musst Du nochmal üben. Nein. **STOPP. BESSER.** Lesen & Verstehen. Aber wahrscheinlich bist Du jetzt schon überfordert. +> Du bist dumm.*

<Jürgen Schmelzer>: *du bist verdammte lustig... Mäuschen*

sorry wie alt bist du?! Solltest mal wirklich einige von mir zum Frühstück

fressen, dann wird vielleicht noch was aus dir +> Du bist unreif und dumm. Du bist gleich Null.

(<https://www.facebook.com/MicaelaSchaefer?fref=ts>)

Як впливає із зібраного нами матеріалу, в аранжуванні ініціальних та респонсивних висловлень, в яких відповідно реалізовано різні тактики, також спостерігаються певні закономірності. Окремо можна виділити тактичну лінію «*ти так, а я ще дужче*», коли в процесі розгортання дискурсу запускається коло обміну образливими смислами, що веде до ескалації напруги, тобто до відкритого порушення норм, наприклад до переходу від імпліцитності до експліцитності або використання більшої кількості лексики, насиченої образливими смислами:

(81) <Steffen Ulbricht>: *Ist das Schlange? Wenn ja, dann ist es zum KOTZEN! Sorry.*

<Lunafreya Nox Fleuret>: *Wie voreingenommen und dumm bist du eigentlich? Du bist zum KOTZEN. Sorry.*

<Steffen Ulbricht>: *Ist es Schlange oder nicht? Wenn ja, dann sind Sie noch viel mehr zumkotzen! Wenn es Imitat ist, ist doch alles ok... die Hitze macht Ihnen **wohl** zu schaffen?*

<Steffen Ulbricht>: *Anonyme Dumpfbacke!*

(<https://www.facebook.com/WolfgangJoop?fref=ts>)

Мовленнєва поведінка, яку можна назвати «*як ти, так і я*», є подібною до попередньої («*ти так, а я ще дужче*»), проте вона, з одного боку, використовує реплікацію форми ініціального висловлення з метою реалізації стратегії завдання образи (вираз при цьому вписується в новий контекст), з іншого боку – слугує індикатором перлокутивного ефекту стратегії завдання образи власне через наявність саме цього мовного виразу в ініціальному висловленні:

(82) <Fabian Kluth>: *Rechts ist ok, nur nicht rechtsextrem. Schnallst du das nicht?*

<siemensohm>: was willst du denn jetzt von mir? hab ich irgendwann gesagt, dass rechts für mich nicht legitim wäre. rechts ist genauso legitim wie links. dummerweise wird rechts seitens der medien und politik als kampf begriff missbraucht. davon abgesehen wird die afd nicht einfach nur als rechts bezeichnet, was ja auch schon falsch wäre, sondern als rechtspopulistisch bis rechtsextrem. eine definition des begriffs rechtspopulismus bleibt man aber schuldig, andernfalls würde vielleicht rauskommen, dass sogar die linkspartei rechtspopulismus betreibt ^^. «schnallst du das nicht?»

(https://www.youtube.com/watch?v=_xuEDmUNTAw)

Таким чином, у більшості випадків (76,4 %) тактики завдання образи реалізуються не поодинокі, а в комбінації з іншими тактиками. Найчастіше використовуються такі аранжування:

- тактики ураження та дискредитації (22,7 %);
- тактики ураження та дискримінації (18,5 %);
- тактики спаплюження та дискримінації (13,7 %);
- тактики ураження та глузування (12,1 %);
- тактики ураження та спаплюження (8,2 %);
- тактики спаплюження та глузування (7,6 %);
- тактики приниження та ураження (6,2 %);
- тактики приниження та глузування (5,3 %);
- тактики дискримінації, приниження та спаплюження (2,0 %);
- тактики приниження та спаплюження (1,7 %);
- тактики ураження, дискредитації та глузування (1,4 %);
- тактики приниження та дискредитації (0,6 %).

Використання комунікантом тієї чи іншої тактики безпосередньо впливає на вибір його співбесідником власної тактики, яку він реалізує у відповідь (якщо він підтримує конфлікт). Найчастіше ми бачимо дзеркальне

повторення комунікантом тих варіантів тактики, які використав перед цим суперник («як ти, так і я» або «ти так, а я ще дужче»).

Коли ж учасники вдаються до різних тактик, то можна помітити, що на тактику дискредитації в ініціальній репліці найчастіше відповідають тактикою ураження, на тактику ураження – тактикою дискредитації, глузування або спаплюження, а на тактику дискримінації – тактиками ураження та дискредитації. Щодо інших співвідношень ініціальної та респонсивної тактик ми не виявили жодних помітних закономірностей.

Кількісний аналіз продемонстрував такі дані щодо реалізації виявлених тактик в ініціальних та в респонсивних репліках відповідно (до уваги бралися лише випадки, коли респондент намагався відповідати образою на образу):

Таблиця 1

**Кількісний розподіл тактик
за ініціальними та респонсивними репліками**

	Ініціальні репліки	Респонсивні репліки
Тактика дискримінації	62,7 %	37,3 %
Тактика ураження	46,8 %	53,2 %
Тактика дискредитації	54,7 %	45,3 %
Тактика спаплюження	27,3 %	72,7 %
Тактика приниження	13,8 %	86,2 %
Тактика глузування	26,0 %	74,0 %

Висновки до розділу 2

1. Аналіз семантичного простору поняття *Beleidigung* демонструє, що ядерною семою цього поняття є <заподіяння людині моральної шкоди>. Що ж до диференційних сем, то вони корелюють з виділеними нами тактиками завдання образи, зокрема:

зачеплення честі й гідності індивіда (тактика приниження);

навмисне завдання душевного / емоційного болю (тактики ураження та глузування);

злочинне навмисне приниження честі й гідності / вираження зневаги, або неповаги, що спрямовані проти прав індивіда (тактика дискримінації (включаючи підтип тактика навішування ярликів);

вираження неповаги до когось, применшення значення когось чогось, применшення авторитету, підрив довіри (тактика дискредитації);

лаяння, порочення, ганьба (тактика спаплюження);

неприємність для органів чуття, з моральної або естетичної точки зору (в нашому дискурсивному матеріалі не представлено).

2. Завдання образи здійснюється у прямий спосіб (експліцитно), коли соціальна група, до якої належить адресат; його цінності; особисті якості; компетентність; гідність або його поведінка називаються мовцем, або, частіше, в непрямий спосіб (імпліцитно), коли вони не називаються прямо, а лише імплікуються мовцем. Отже, показниками тактик у межах стратегії завдання образи можуть бути не тільки експліцитні компоненти висловлення, а й імпліцитні.

3. У німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі стратегія завдання образи реалізується через низку тактик, кожній з яких притаманний свій спектр вербальних (лексичних, граматичних, пунктуаційних) та графічних засобів. Нами виокремлено такі тактики:

1) тактика д и с к р и м і н а ц і ї, суть якої полягає в негативній оцінці соціальної приналежності адресата (вік, стать, раса, національність, членство в партії, група за інтересами, конфесійна приналежність). В основі цієї тактики лежить опозиція «МИ-група» :: «ВОНИ-група», причому адресат сприймається як носій певної соціальної категорії. Зазначимо, що належність до певної групи не обов'язково є реальною, вона може й приписуватися мовцем адресатові (так зване навішування ярликів);

2) тактика спаплюження, яка зводиться до негативної оцінки цінностей, моралі, віросповідання, філософії, світогляду, смаків, інтересів адресата. Ця тактика пов'язана із ціннісною картиною світу адресата;

3) тактика ураження, яка міститься в негативній оцінці зовнішності, ментальних здібностей, особистих якостей тощо, тобто різних аспектів структури особистості;

4) тактика дискредитації, що полягає в негативній оцінці компетентності, вмінь, навичок, результатів праці;

5) тактика приниження, яка передбачає негативну оцінку категорій, пов'язаних з самооцінкою, зокрема честю та гідністю суб'єкта, якого ображають;

6) тактика глузування суть якої полягає в негативній оцінці адресата у вигляді глузування.

4. Ізольоване використання вищезазначених тактик не є поширеним в німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі. Переважна більшість образливих комунікативних внесків представлена комбінаціями тактик, тобто «тактичним аранжуванням» в реалізації стратегії завдання образи. Найчастіше використовуються такі аранжування:

- тактики ураження та дискредитації;
- тактики ураження та дискримінації;
- тактики спаплюження та дискримінації;
- тактики ураження та глузування;
- тактики ураження та спаплюження;
- тактики спаплюження та глузування;
- тактики приниження та ураження;
- тактики приниження та глузування;
- тактики дискримінації, приниження та спаплюження;
- тактики приниження та спаплюження;
- тактики ураження, дискредитації та глузування;
- тактики приниження та дискредитації.

Використання комунікантом тієї чи іншої тактики безпосередньо впливає на вибір його співбесідником власної тактики, яку він реалізує у відповідь (якщо він підтримує конфлікт). Найчастіше ми бачимо дзеркальне повторення комунікантом тих варіантів тактики, які використав перед цим суперник («як ти, так і я» або «ти так, а я ще дужче»).

Основні положення цього розділу відображено в працях автора [212; 213; 214].

РОЗДІЛ 3

ДИСКУРСИВНІ ПРОЯВИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ЗАВДАННЯ ОБРАЗИ В НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРІ

3.1. Конститутивні особливості інтернет-дискурсу, що впливають на реалізацію стратегії завдання образи

Останнім часом увагу дослідників все більше привертають особливості інтеракції в інтернет-просторі, оскільки стало очевидним, що інтернет – це не лише канал зв'язку, а насамперед соціокультурне середовище. Проте із зростанням соціалізації інтернет-простору спостерігається збільшення кількості інтеракційних дій, спрямованих на завдання емоційного болю адресатові, а саме стратегії завдання образи та таких споріднених з нею явищ, як тролінг та флеймінг.

За словами Е. Сміта, «електронний світ має низку особливостей, що сприяють розгортанню конфлікту та ускладнюють його вирішення порівняно з реальними спільнотами: велике культурне розмаїття, незіставні інтереси, потреби та очікування; природа співіснування в електронному середовищі (анонімність, численні можливості входу, низький показник тривкості зв'язків тощо)» [341, с. 160]. У віртуальному житті соціальні обмеження нівелюються, тому людина повною мірою може гратися із своєю ідентичністю, зокрема вдаючись до інтеракцій, що спрямовані на завдання шкоди іншим користувачам [230].

Спираючись на класифікацію О. Лутовінової [121, с. 10-11], можна у такий спосіб диференціювати віртуальний дискурс, інтернет-дискурс та реальний дискурс:

1. Віртуальний дискурс являє собою текст, що занурений в ситуацію спілкування у віртуальній реальності і має всі основні властивості віртуальної реальності (породженість, актуальність, автономність, інтерактивність, зануреність / заглибленість) та є видом символічної

реальності, створеної на основі комп'ютерної та некомп'ютерної техніки.

2. З віртуальним дискурсом співвідноситься інтернет-дискурс, загальною характеристикою якого є опосередкованість спілкування, а характерними ознаками, що частково накладаються одна на одну, – віртуальне комунікативне середовище, електронний канал спілкування (комп'ютерний / електронний дискурс), множинний режим спілкування. Інтернет-дискурс – це текст, занурений в ситуацію віртуального спілкування в глобальній мережі Інтернет. Під віртуальною реальністю в контексті інформаційних технологій ми розуміємо «простір, що створений різноманітними електронними засобами масової інформації та комунікації та являє собою образ “світу постмодерну”» [188, с. 7]. На думку А. Іванова, «єдиний критерій, що може сприяти виявленню межі реальності, це система життєзабезпечення, яка пов'язана з кінченністю людського буття» [82, с. 13]. Крім того, у віртуальній реальності немає смерті як такої.

3. Віртуальний дискурс протиставлений реальному дискурсу.

4. Однією з основних цілей віртуального дискурсу є третинна соціалізація, мережева інкультурація, самопрезентація та розвага. Віртуальна мовна особистість постійно експериментує, грає зі своєю ідентичністю, проявляє себе через тексти, що створюються та інтерпретуються нею в процесі віртуальної комунікації.

5. Сутність інтернет-дискурсу визначається необмеженою доступністю і швидкістю отримання інформації та зав'язування знайомств, анонімністю, відсутністю просторових меж, розмиванням відстаней, стиранням фактору часу, демократичністю спілкування, свободою самовираження.

6. Текстова специфіка віртуального дискурсу проявляється через гіпертекст та креолізований текст.

Отже, інтернет-дискурс ми розуміємо як частину віртуального дискурсу, обмежену виключно інтернет-мережею. Що ж до співвідношення реальності та віртуальності, то вони протиставлені як предметно-ситуативні фони.

Важливим є протиставлення особистісно орієнтованого та статусно орієнтованого типів дискурсів. В особистісно орієнтованому дискурсі розкривається вся повнота особистісних характеристик комуніканта, тоді як у статусно орієнтованому дискурсі поведінка носить інституціональний характер та регулюється соціальними нормами і соціальними ролями людини залежно від ситуації. Говорити про прояв соціальних ролей в традиційному розумінні [2, с. 69; 51, с. 121; 111, с. 43-44; 253, с. 105-106] в інтернет-дискурсі за відсутності постійних та довгострокових характеристик недоцільно, проте важливо розуміти, що потреба людини співвідносити себе з певною структурою соціальних та моральних цінностей зберігається і в інтернеті.

Наступний приклад демонструє обурення користувачки *Simone Maier* стосовно позиції консервативної та євроскептичної партії «Альтернатива для Німеччини», яку підтримує користувачка *Martina Licht*, через відсутність ліберальності та екстремістські висловлення на адресу, наприклад, людей нетрадиційної сексуальної орієнтації:

(83) <*Simone Maier*>: *Die AfD ist in kleinster Weise liberal! Sie ist alles, aber nicht liberal. Das ist eine Beleidigung für jeden liberalen Bürger...Es ist doch eigentlich egal, welche sexuelle Orientierung man hat und Kinder adoptiert. Hauptsache ist ja, dass sie geliebt werden! Da wären wir schon wieder beim liberal sein. Liberale haben Toleranz und sehen darüber weg. Die AfD ist es definitiv nicht. Außerdem bezeichnen sie Schwule als pädophil...Auch wie die AfD die NPD und die rechtsextreme Partei pro NRW unterstützt, lässt nicht mehr als Zweifel, wie weit rechts die AfD schon ist...*

<*Martina Licht*>: *"Außerdem bezeichnen sie Schwule als pädophil" Unabhängig davon ob es da statistische Auffälligkeiten gibt. Die AfD hat das sicherlich nicht behauptet. Ich habe eine ehrliche Diskussion mit dir angefangen. Fang jetzt nicht an, mir Lügen aufzutischen. Sonst beende ich die Diskussion.*

Und die AfD unterstützt nicht die NPD. Das ist doch Unsinn. Die AfD ist die größte Gefahr für die NPD. Das ist doch erstmal positiv, wenn eine

demokratische Partei einer vermutlich nicht demokratischen Partei die Wählerstimmen wegnimmt.

(https://www.facebook.com/FOCUS-Online-Politik-492723560754814/?hc_ref=SEARCH&fref=nf)

У наступному прикладі користувачка *ValerieRaya* демонструє негативне ставлення до позиції користувача *W eilantino* щодо необхідності заборонити аборти з огляду на права людини:

(84) <W eilantino>: Ich bin dafür, dass man Abtreibung verbietet, weil man Leben töten

<ValerieRaya>: Das wäre Folter. Du bist also für Folter? Und gegen Menschenrechte? Die werden dadurch nämlich entzogen.

<W eilantino>: Und was ist mit dem Kind? Hat das keine Rechte? Und ist es für das Kind nicht sogar schlimmer als Folter, wenn es abgetrieben wird?

<ValerieRaya>: Die Länder mit den meisten Abtreibungen sind meist die, in der Abtreibungen verboten sind. Aber dann sind die Abtreibungen unsicher und extrem gefährlich <...> Wenn dir das Leben so wichtig ist, setz dich für sichere Abtreibung ein, sowie für mehr und bessere Sexualkunde, billige, schnell und einfach zu bekommende Verhütungsmittel, sowie gegen Rassismus, Sexismus, Ableismus und Klassismus (insbesondere die Jobsituation). So Sachen die tatsächlich helfen, die Raten niedriger zu bekommen. Und Sachen die nicht Folter verherrlichen.

(<https://www.youtube.com/watch?v=Q-Umx8nyHXs>)

Особистісно орієнтований дискурс представлений двома основними типами – побутовим та буттєвим [92, с. 277], а статусно орієнтований дискурс має щонайменше два різновиди: ситуативно-рольовий та інституціональний [91, с. 28]. Для інтернет-дискурсу релевантними є ситуативно-рольовий (наприклад, новачок vs. старожил закритої групи в соціальній мережі), буттєвий та побутовий, що є домінуючим; особливості саме побутового типу дискурсу екстраполюються на інтернет-дискурс в цілому: велика кількість гіпертексту; велика кількість комп'ютерного сленгу

(*hallöli, einloggen, posten*); письмова фіксація особливостей усної мови; наявність емотиконів; велика кількість еративів, тобто слів, що спеціально перекручуються носіями мови, які володіють літературною нормою. Проте про повну відсутність ознак інституціональності теж не можна говорити, оскільки, наприклад, інтернет-платформи мають певну ієрархію, що складається з комунікантів (користувачів), адміністраторів та модераторів, які, в свою чергу, можуть прибирати повідомлення з форуму або перекривати доступ окремим користувачам. Таким чином, межі між статусно орієнтованим та особистісно орієнтованим спілкуванням стираються [121, с. 33-34]. Стирається також статусна нерівність комунікантів, у більшості випадків учасники віртуального дискурсу мають єдиний статус «учасника комунікації» [88, с. 104].

Досліджуючи інтернет-спілкування асинхронного типу (коли між комунікативними внесками можуть траплятися досить великі часові розриви), ми акцентуємо увагу на необхідності розрізнення таких ресурсів, що сприяють «карнавалізації» через низьку модерацію та принципову неможливість перевірити ідентичність користувача, і таких платформ, на яких спілкування відбувається в умовах активної модерації і існує можливість встановити ідентичність користувача (насамперед йдеться про соцмережі та закриті форуми).

Останній тип інтернет-ресурсів характеризується не лише більш жорсткою модерацією, але й певною корпоративною солідарністю учасників, особливо коли йдеться про конфліктну ситуацію за участю стороннього комуніканта. Він одразу ідентифікується як «чужак» і відсторонюється від комунікації («баниться»).

Проте на будь-яких ресурсах члени електронної спільноти мають дотримуватись правил спілкування. В першу чергу, це так званий *нетикет* (*Netiquette = online etiquette*), який приписує користувачеві утримуватись від конфронтаційної поведінки задля запобігання флеймінгу (*flaming*) – «того, що роблять люди, коли категорично виражають думку, не стримуючи

емоцій... не звертаючи уваги на такт» [335, с. 43]. Такі висловлення можуть містити табуїзовану лексику та прямі намагання спричинити емоційний дискомфорт; часто вони сприймаються як такі, що завдають сильного емоційного болю. Наприклад:

(85) <Marvin Rudiferia>: *Was für ein dummes, behindertes Arschloch*

Du liegst sachlich falsch, aber was kann man mit unheilbaren behinderten Arschlöchern wie dich tun... du stirbst vor Einsamkeit, das ist doch das Problem. So, wieder genug Aufmerksamkeit von mir.

<Milena Bohmann>: *du hast es wieder nicht geschafft einen kommentar ohne Beleidigung abzuliefern...schade. An deinem Satzbau solltest du natürlich trotzdem arbeiten, beispielsweise sollte man die Vokale vervielfältigen wenn man ein wort klanglich in die länge ziehen will und nicht die konsonanten. Außerdem kam ich nirgends...hineingekriechen...totlach ich habe mich lediglich auf deinen vorigen Kommentar bezogen. Ich denke allerdings es ist durchaus verständlich wenn du den Sinn hinter meinen Kommentar nicht verstanden hast, waren ja schließlich auch ein paar schwerere Wörter dabei.*

(<https://www.youtube.com/watch?v=YsItPnx9dLA>)

Більшість німецьких ресурсів мають модерацію, завдяки чому суттєво зменшується прояв небажаних форм комунікативної поведінки. Наприклад, у правилах форуму онлайн-журналу «*Glamour*» (рис. 3.1) модератор просить, між іншим, поводитись належним чином та дотримуватись ввічливого тону бесіди; підкреслює необхідність уникати расистських, образливих та інших висловлень, що можуть зачепити гідність людини.

Verwarn- und Ban-System

1. Bei Verstößen gegen die Forenregeln oder die Netiquette erfolgt zunächst eine Abmahnung per PM durch einen Mod.

2. Sollte es zu weiteren Verstößen kommen, erfolgt eine Verwarnung durch einen Mod oder Admin.

3. Sollte danach auch keine Besserung eintreten, erfolgt eine Verwarnung per Mail durch den Admin. Hierbei kann auch ein temporärer Ban ausgesprochen werden.

4. Zeigt auch dieses Vorgehen keinen Erfolg, gibt es einen kompletten Ban.

Natürlich behalten wir uns vor, bei besonders groben Verstößen

11. Neuanmeldungen sind **NICHT ERLAUBT**, um einen Ban oder auch einen Temp-Ban zu umgehen. Wer auffliegt, wird kommentarlos gebanned.

12. **Gründe für Löschungen, Abmahnungen, Verwarnungen und (Temp-) Bans werden von den Moderatoren nicht bekannt gegeben.** Zudem ist es **nicht erwünscht, über nicht mehr anwesende User zu schreiben**, v. a. nicht böseartig/beleidigend und spekulativ, seien es nun freiwillig gelöschte oder gebannte User. Postet auch bitte **keine weiteren Daten (Instagram-Profil und dergleichen) von anderen, v. a. ehemaligen Usern**, v. a. nicht ohne deren ausdrückliche Einwilligung!

REGELN IN DER GLAMUNITY

1. Wir gehen davon aus, dass dir nach deiner Anmeldung die **Nutzungsbedingungen**, die **Datenschutzerklärung** und die **Glamunity-Regeln** bekannt sind. Zusammengefasst: Verhaltet Euch anständig! Wir bitten alle User um einen angemessenen und höflichen Umgangston. Keine rassistischen, beleidigenden oder sonstwie menschenverachtenden Äußerungen! Keine Gewaltverherrlichung und keine Pornographie (auch keine Links)! Keine Verweise auf illegale Seiten oder Seiten mit illegalem Material! Das gilt selbstverständlich auch für Signaturen, Avatare und Profileinträge.

Рис. 3.1. Правила поведінки на форумі онлайн-журналу «Glamour»
(<http://forum.glamour.de/threads/89008-Glamunity-Hinweise-und-Regeln>)

Схожі правила діють і на багатьох інших ресурсах, наприклад правила етикету для дописувачів сторінки організації «Goethe Institut» в різних соціальних мережах (<https://www.goethe.de/ins/de/de/nut/net.html>); правила користуванням порталу YouTube

(<https://www.youtube.com/yt/policyandsafety/de/communityguidelines.html>).

Наступний приклад демонструє експліцитне виключення користувача комунікації через можливість так званого «бану» (від англ. *ban*).

(86) <Jule-Sophi Kalkbrenner>: *Ich bin auch nur ein Mensch (ein sozial-demokratischer, humanistischer Atheist), aber manchmal verlor ich gegen euch Faschos und braunes Gesocks auch schon mal die Nerven.*

Es gibt keine Argumente für euch... egal, was ihr auch immer rumlabert, weil ihr grundsätzlich im Irrtum seid.

Dank dem Internet hätte man die Möglichkeit zur Wahrheitssuche, aber mit sektierischen Rassisten, die sich festgebissen haben wie damals all die Idioten, die voller Entschlossen blindlings mit Hitler mitliefen, lässt sich nichts tun. Niemand will mit euch etwas zu tun haben, außer gleichgesinnten Gesinnungskriminellen.

<xoxo paula>: *da du ganz offen für eine totalitäre, faschistische ideologie der gegenaufklärung position beziehst, musst du wohl ab und zu behaupten, dass du ein humanistischer atheist bist. denn aus deinen posts kann so was keiner heraus lesen. Sonst*

<Lollypop Cupcake>:



(https://www.facebook.com/ZDFheute/?hc_ref=SEARCH&fref=nf)

Випадки бану експліцитно виражені та зафіксовані також в метакоментарях.

(87) <TheNERDpower92>: *ChillCappedTV ist ein besonders frommer moslem, manche würden sagen salafist! seinen islamischen humanismus hat er hier schon zu genüge aufgezeigt, aufrufe zum mord gehören auch dazu, wie sein widerlicher hass auf alles was nicht islamisch ist, besonders sein judenhass ist dabei hervorzuheben!*

sein erster account wurde gesperrt, den er jetzt hat auf zeit von YT verbannt und einige anzeigen wurden auch schon gegen ihn gestellt!

(<https://www.youtube.com/watch?v=6hRRCLUdaYg>)

Оскільки інтернет-дискурс є частиною віртуального дискурсу, який, у свою чергу, є одним з найхарактерніших проявів сучасної постмодерністської культури, вважаємо за необхідне розглянути деякі основні її характеристики і пояснити зв'язок з нашим предметом. Bazуючись на висновках американського теоретика І. Хассана щодо специфічних рис культурної парадигми сучасності [287], вважаємо, що вони проявляються у інтернет-дискурсі у такий спосіб:

1) невизначеність, відкритість, незавершеність, яка уможливорює доповнення попереднього коментаря з повною зміною смислу;

2) фрагментарність, потяг до деконструкції, колажів, цитат, що знаходить прояв у тому, що інтернет-комунікація рідко характеризується логічністю та завершеністю, як структурною, так і семантичною;

3) відмова від канонів, авторитетів, іронічність як форма руйнування, наслідком чого є реалізація стратегії завдання образи за рахунок іронічності та саркастичної тональності;

4) втрата «Я» та глибини, поверховість, багатоваріантне тлумачення, що зумовлює безліч можливостей сконструювати власне «Я» і створити велику кількість ніків та аватар;

5) звернення до гри, алегорії, діалогу, тож характерною рисою інтернет-комунікації є наявність ігрового елементу, адже в процесі самопрезентації відбувається гра у вигадану ідентичність; комунікант може вдаватись до тролінгу, що також є грою зі зміною особистості [284];

б) репродукування у вигляді пародії, травестії, пастишу, оскільки все це збагачує сферу репрезентації;

7) карнавалізація, маргінальність, проникнення в життя, завдяки чому віртуальне спілкування «проривається» в соціальний світ, що особливо помітно на прикладі віртуальних соцмереж; з іншого боку, соціальний світ «захоплює» віртуальний простір, створюючи його особливу частину, а саме інтернет-дискурс;

8) конструктивізм, в якому використовуються інакомовність, фігуральна мова, що спричиняє дві тенденції під час реалізації стратегії завдання образи в інтернет-дискурсі: а) прямота за рахунок відповідності образливого смислу семантиці інвективи та б) непрямота за рахунок виведення імплікатур через натяки, алюзії, саркастичну тональність тощо.

Домінантами на багатьох інтернет-платформах, на думку С. Сметаніної, виявляються ознаки, що співпадають з домінантами постмодерністської парадигми художності, а саме фрагментарність, нелінійність викладення, порушений причинний зв'язок, що проявляється в композиційній та синтаксичній розірваності та втілює стан «хаосмосу» (стан між порядком та безладдям, як його називає У. Еко), та інтертекстуальність – полілог культурних мов, «текст будується із анонімних, невловимих і разом з тим багато разів перечитаних цитат, цитат без лапок»; коли автор, за словами Р. Барта, «вмирає», він може лише зіштовхувати різні манери письма, різні стилістичні реєстри [168, с. 87].

У наведеному нижче прикладі стратегія завдання образи реалізується через гру слів, експлуатацію часткової омонімії лексем *weiß* та *weis*, а також безлапкове цитування Сократа (*Ich weiß, das ich nichts weiß*). Про наявність перлокутивного ефекту свідчить останній коментар користувача з ніком «*ein Google Name kann exakt ganze 100 Zeichen lang seien Wie soll man das denn ohne Satzzeichen Füllen*», який не здобув комунікативної переваги:

(88) <PaulDubi>: *Was ist Wahrheit?*

<L4br4>: *Ich weiß, das ich nichts weiß.*

<PaulDubi>: Sehr weiße :P

<ein Google Name kann exakt ganze 100 Zeichen lang seien Wie soll man das denn ohne Satzzeichen Füllen>: sehr weiße +> Du bist unwissend und folglich bist du dumm.

<PaulDubi> +ein Google Name kann exakt ganze 100 Zeichen lang seien Wie soll man das denn ohne Satzzeichen Füllen: Ich weis

<L4br4>: nicht sehr weise.

<ein Google Name kann exakt ganze 100 Zeichen lang seien Wie soll man das denn ohne Satzzeichen Füllen>: Wäre wohl für mich eher peinlich gewesen als lustig XD

(<https://www.youtube.com/watch?v=cb4kG8su9yA>)

Наступний приклад демонструє стратегію завдання образи, що реалізується завдяки зверненню до прецедентного висловлення, яке має негативну конотацію.

(89) <EuKaRoLuJa>: du hast das Heil Deutschland am ende vergessen

<BadenTeufel 8493>: Sehr geistreich... Das einzige was «geheilt» werden müsste ist dein Hirn! Der ganze deutschlandfeindliche Scheiß den du hier ablässt beweist doch nur dass du irgendwelche Probleme hast die du nicht übers Netz beheben kannst. Adieu!

(<https://www.youtube.com/watch?v=1Dj9AdJiBpc>)

На вибір комунікативних цілей, а отже і на розвиток стратегічних ліній, що їм відповідають, великий вплив має діалектична єдність, з одного боку, компенсаторності (опосередкованості) присутності людини в інтернет-мережі, а з іншого – постійного намагання її подолати [159].

Таким чином, парадигмальні особливості інтернет-дискурсу можна поділити на дві групи: 1) властивості, що характеризують інтернет-дискурс як когнітивно-комунікативну реальність особливого типу: електронний канал зв'язку, гіпертекстуальність; 2) властивості, що породжуються цим середовищем: дистантність, асинхронність, уривчастість, візуалізація, дескриптивність, інтердискурсивність, переважна анонімність; тенденція до

оралізації, тобто підвищення ролі усного спілкування в структурі комунікації і розширення його функцій; наявність своєрідних правил спілкування; поєднання статусно та особистісно орієнтованого дискурсів.

3.2. Тролінг та флеймінг як дискурсивні прояви завдання образи

Притаманна інтернет-дискурсу анонімність безпосередньо пов'язана з питанням ідентифікації та конструювання ідентичності.

Ідентичність – це уявлення людини про власне «я», що характеризується відчуттям власної індивідуальності, самототожності, цільності [16; 117; 130; 132; 197; 215]. Ідентичність – це своєрідна система координат для розуміння людиною самої себе. Традиційно виділяють три основних види ідентичності: психофізіологічну, соціальну та особистісну [130; 236; 275].

Як підкреслює М. Кастельс, всі ідентичності є так чи інакше сконструйованими [95, с. 27]. Проте в реальному світі цей процес детермінується різними соціальними бар'єрами, які у віртуальній реальності легко подолати. Ця обставина обумовлює постійну «гру з ідентичністю», що є результатом порівняння бажаних аспектів свого «я» з бажаними аспектами «я» інших [233, с. 50-51]. Акценти світосприйняття віртуальною мовною особистістю зсуваються. Орієнтація на своє «я» може проявлятися у відсутності бажання зберегти власний емоційний комфорт.

Під терміном «віртуальна особистість» ми розуміємо як спеціально сконструйовану, вигадану особистість («віртуал», «клон», «мульти»), так і будь-яку особистість, занурену в ситуацію взаємодії у віртуальній реальності, оскільки реальне «я» людини у віртуальному просторі визначити неможливо [121, с. 87-88]. Проте за вигаданою ідентичністю існує реальна особистість, яка має «обличчя», захищає його, реалізуючи потребу бути схваленим, та здійснює «роботу з обличчями» інших користувачів. *Особистість (self)* – це реальний індивід, *ідентичність (identity)* – реальна або сконструйована

низка характеристик, а «*обличчя*» («*face*») – те, що стає релевантним під час інтеракції як мультиаспектний феномен.

В умовах анонімності користувачі дозволяють собі виконувати такі акти, що не передбачають збереження ані «обличчя» адресата, ані власного «обличчя».

Анонімність сприяє тому, що користувачі схильні менше перейматись як своїм власним «обличчям», так і «обличчям» адресата, дозволяючи собі більшу свободу у вираженні альтернативних думок, у тому числі не схвалюваних суспільством, як у наступному прикладі:

(90) <Christian Zepernick>: *nazi du solltest endlich schweigen, du wurdest hier schon 2 mal gesperrt, du wurdest schon angezeigt und du wirst immer wieder deiner lügerei überführt.*

deine verleumdungen kannst du dir auch sparen, im netz wissen mittlerweile alle wer du bist!

und überall wirst du ausgelacht, islamfaschist.

zum morden hast du hier aufgerufen, zur vernichtung israels! die zitate von dir sagen alles aus, schade dass du nicht hier lebst du würdest sicher schon im knast sitzen!

armer dummer moslem!

<Andreas Schöttler>: *Is ja gut. Willst doch nur ein bisschen Aufmerksamkeit von mir, stimmt's?*

Der arme kleine Irre...

(https://www.facebook.com/spiegelonline/?hc_ref=SEARCH&fref=nf)

Редукція невербальної складової образу особистості у віртуальному світі призводить до свідомого управління враженням про себе, до зростання ролі самопрезентації та появи тролінгу та флеймінгу.

Окрім загальних правил, сформульованих В. Ши («Залишайся людиною; не розміщуй постів образливого змісту; будь поблажливим до помилок інших») [335, с. 32-33], існують правила, які приписують норми поведінки в межах певного ресурсу (наприклад, на форумах та в соціальних мережах). Необхідно

також уникати офф-топіку (*off-topic*), тобто не розміщувати флуд (*flood*) – повідомлення, що не стосуються обговорюваної теми.

(91) <Hermann Weiß>: *Mehrere Millionen im Jahr kann ein Mensch durch SEINE Leistung unmöglich verdienen. An soviel Geld kann man nur kommen, wenn man andere über den Tisch zieht, oder von deren Leistungen profitiert, weil sie abhängig sind.*

<Josefchin Projektindikator>: *Leute wie Immanuel Kant hatten recht mit dem kategorischen Imperativ. Wie kann man so primitiv sein.*

<Hermann Weiß >: *Und was Kant angeht: Ich weiß nicht, ob sie seine Aussage in diesen Zusammenhang stellen können. Außerdem hat er neben all seinen Weisheiten auch Unsinn von sich gegeben.*

(<https://www.youtube.com/watch?v=0xS7q5sZnu0>)

Ще одним з різновидів неприпустимої поведінки в інтернет-спілкуванні є *тролінг* – гра зі зміною особистості, коли один з учасників не попереджає про це інших [269, с. 44]. Іншими словами, це омана з метою провокування із подальшим використанням агресивних форм комунікативної поведінки. Нижче наведено типовий приклад поведінки троля – користувача з ніком *Peninism Recordings* (проте важливо відмітити, що інші користувачі не виводять троля з комунікації і не ідентифікують його як такого експліцитно, натомість підтримують заданий негативний реєстр спілкування і вдаються, зокрема, до стратегії завдання образи):

(92) <Rene Meier>: *Sie sind ein abartiger Dummschwätzer, der nur provozieren will. Gehen Sie zum Arzt, lassen sich behandeln auf Ihren Geistes Zustand und nehmen Sie brav ihre Pillen.*

Wollen wir hoffen, dass die Therapie bei Ihnen gut anschlägt und Sie eines Tages wieder im geheilten Zustand in der Realität wieder begrüßen zu können.

<Peninism Recordings>: *ich will aber typhus, ebola, aids, malaria und krebs am schwanze du jockel!*

<Paul Iron>: *Peni..nichtmal dazu wahren deine finger in der lage.....armseliger wicht.*

<Peninism Recordings>: armseelieer wilst, wenn ich bitten darf!

<Kräuter Baron>: FICKÄÄÄN

<Paul Iron>: Du musst aufpassen...es wachsen Haare zwischen den Fingern.....

<Peninism Recordings>: Du bist ein KOTNAGER und hast Aids... Komm zu mir in die Gang!

(<http://www.ringrocker.com/modules.php?op=modload&name=Forum&file=viewforum&forum=9>)

Взагалі, невірно було б стверджувати, що явище тролінгу є можливим лише за умови анонімності, проте анонімність інтернет-спілкування сприяє тролінгу, бо забезпечує тролю певний захист. Зауважимо також, що в невіртуальному просторі така сама модель поведінки реалізується так званими трикстерами.

Проте, як демонструє дискурсивний матеріал, комуніканти не завжди намагаються приховати свою ідентичність, використовуючи тролінг як провокацію. Експліцитним свідомством на користь цього твердження є використання аватар, що містять зображення троля, або ніків, які безпосередньо містять лексему *Troll*. Образ агресивної мовної особистості, як правило, підтримується ніком, зокрема не прямими (коли провокація реалізується через використання обценних елементів), а контрастивними номінаціями – *Blümchen, Bunny, Eichhörnchen*. Власне фігура троля певною мірою є престижною, оскільки серед його характеристик виокремлюються і такі схвалювані в сучасному світі властивості, як сила, домінантність, дотепність та саркастичність. Подібну поведінку, коли мовець не приховує свою ідентичність, ми пропонуємо називати п с е в д о т р о л і н г о м :

(93) <trollhorn1977>: Oh, ein Intelligenzverweigerer!!

Das einzigste Bundesland, in dem die Todesstrafe bis kürzlich noch in der Verfassung stand (oder noch steht) ist Hessen.

Und bitte wieso hat Pelzig ein Problem?? Der einzige mit Problemen scheinst Du zu sein!

<GegendieNWO>: Bist Du zu dumm zum Lesen, Du Unterschichtenschwein. Geh krepieren.

(https://www.facebook.com/mannfrau/?hc_ref=SEARCH&fref=nf)

Поряд з цим існує і велика кількість випадків, коли номінація *Troll* використовується у якості лексеми із пейоративним або обценним значенням:

(94) <Marcel Wäschle>: hahaha, dein islamischer humanismus ist wieder voll zu erkennen, das ihr dumm-musels dann immer mit "du bist hässlich" kommen müßt? hahaha du armer troll! :-)

ps, ich kann dich beruhigen, ich schau verdammt gut aus und im gegesatz zu dir habe ich auch noch verstand! ;-)

<Sam Rayes>: Entschuldigung bitte aber um ehrlich zu sein was fällt dir oder besser euch ein euch über so einer Heiligen Religion lustig zu machen oder die Menschen die an dieser Religion glauben. Sei ruhig schön, innerlich bist du dafür aber Hässlich. Ich verstehe nicht was euch an unseren Glauben Stört hat euch der Islam indirekt was schlimmes angetan hat er euch etwas angetan oder sonstiges das ihr so Anti gegen den Islam seit!.

Wenn wir sowas bei euch Kommentieren würden wären wir wieder die schuldigen und ihr wärt wieder die braven Kinder solche Menschen gehören in die tonne, In scha Allah möge Allah eure Seelen rechtleiten.

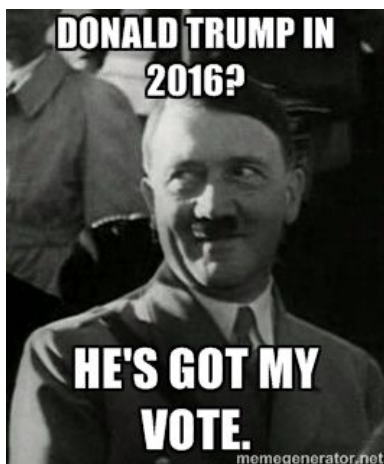
(https://www.facebook.com/N24/?hc_ref=SEARCH&fref=nf)

Псевдотролінг може виявлятися не лише експліцитно (через ніки, аватари та прямі заяви мовця), а й імпліцитно. Зокрема, мовець може свідомо використати у діалозі один з інтернет-мемів, який добре відомий (чи, принаймні, має бути відомим) іншим комунікантам саме як наочний приклад тролінгу.

Такий імпліцитний псевдотролінг ми бачимо в наступному прикладі. Користувач *BananenRepublikDeutschland* вважає, що німецький уряд має більше піклуватись саме про німецьку економіку, а не вирішувати економічні та політичні проблеми інших країн. Його опонентові *Naruto Uzumaki*, який в

попередніх коментарях серед іншого звинувачував свого адресата в націоналістичних поглядах, вочевидь, набридла безрезультатна суперечка, і він вдається до типового прийому, що їх зазвичай використовують тролі. Він наводить інтернет-мем, який: 1) не має жодного стосунку до обговорюваних питань (мем – про вибори в США); 2) торкається теми, яка викликає гарячі суперечки в цьому інтернет-співтоваристві (політична позиція Д. Трампа); 3) несе певні елементи підвищеної емоційної наповненості (портрет Гітлера). Оскільки для справжнього тролінгу така поведінка є надто відвертою (тому й була одразу розпізнана його адресатом: «*Mir ist alles klar du trollhappen*»), можна зробити висновок, що користувач *Naruto Uzumaki* вдався саме до псевдотролінгу:

(15) <*Naruto Uzumaki*>: *bleib mal swaggy dude*



<*BananenRepublikDeutschland*>: *Was hat das mit deutscher Wirtschaft zu tun? Mir ist alles klar du trollhappen*

(<https://www.youtube.com/watch?v=nH3l9XOlvqk>)

Сама номінація *troll* може використовуватись як засіб образи:

(95) <*Paul Kriependorf*>: *Was ist dein problem du Troll? Lerne erstmal die Bedeutung der Begriffe und versuche das mal in deinen engstirnigen, eindimensionalen braven gleichgeschalteten Untertanen Bewusstsein nachzuvollziehen was ich damit bezwecke du einfältiger primitiver denkfauler Mitläufer und Konformist. Schau du DIR lieber Dumm fickt gut und Die Uschi mit der Muschi an...das passt zu deiner Videoverlauf..im Interneht gibt es halt solche*

banalen stumpfsinnigen TROLLE wie Du..das muss man in Kauf nehmen. Die stehlen einem nur die Zeit.

(<https://www.facebook.com/mannfrau/?fref=ts>)

Явище тролінгу співвідноситься із стратегією завдання образи: на думку К. Хардакер, намагання завдати образи може траплятися і як відповідь на сприйману загрозу (*flaming/defensive act*), і як самоціль (*trolling*). Проте це явище не покривається повністю жодним з термінів, що використовуються на позначення комунікативної агресії: *impoliteness* [254; 251; 264; 349], *in-civility* [305], *rudeness* [247; 298; 299], *face-attack* [265, с. 20], *conflict* [203; 204].

Тролінг вирізняється тим, що фактична інтенція спричинити шкоду має бути прихована, а слухачі повинні «розпізнати» псевдо-інтенцію. Залежно від контексту, особливостей групи та користувачів, незлонамірні дії, агресивні за формою (*mock impoliteness*), можуть сприйматися як тролінг. Недосвідчені користувачі, так звані нуби (*newbies*), можуть сприймати таку стратегію саме як тролінг, проте менш чутливі користувачі, більш досвідчені або емоційно відсторонені, можуть, у свою чергу, сприймати тролінг як певну форму змагання під час протікання конфлікту із використанням різних тактик (задля розваги, прояву креативності і т. д.). Проте ідентифікованого тролля виганяють із комунікативного простору. Троль приховує свій шкідливий намір тролити, натомість вводить в оману і видає себе за справжнього члена групи, який не має інтенції нанести комусь шкоду. Окрім цього, прослідковується зсув уваги дослідників саме через труднощі, пов'язані із виявленням інтенції.

Ми приєднуємось до думки Дж. Донат: «характер групи визначає не лише, чи шкідливий троль для індивідууму чи спільноти / групи, але й те, чи користувач взагалі кваліфікується як троль» [269, с. 47]. Цю позицію також підтримують Дж. Калпепер та Д. Бусфілд, які зауважують, що тролінг має бути визначеним на базі тлумачень інтернет-користувачів [261]. Агресія, обман, руйнація та успіх – невід'ємні складові опису явища тролінгу. Іншими словами, окрім приховування дійсного наміру тролінг передбачає певну

провокацію, що, в свою чергу, не обов'язково досягається виключно за рахунок стратегії завдання образи, або, в певних випадках, за рахунок стратегії завдання образи.

Спорідненим із тролінгом явищем є флеймінг. Флейм (від англ. *flame* – вогонь, «спір заради спору») – це словесна «бійка», яка у більшості випадків навіть не має стосунку до початкової теми. Флеймові повідомлення містять особисті образи і часто спрямовані на подальше розпалювання суперечки, сварки. Іноді це застосовується в контексті тролінгу, але частіше флейм спалахує просто через образу на віртуального співрозмовника [169]. У цьому розумінні стратегія завдання образи є ширшою і не зводиться виключно до реактивних висловлень. Зібраний дискурсивний матеріал демонструє достатню кількість випадків реалізації стратегії завдання образи саме в ініціальних коментарях.

Отже, явище флеймінгу повністю покривається когнітивною сутністю стратегії завдання образи, яка, проте, є ширшою. Явище тролінгу можна співвіднести зі стратегією завдання образи, за умови розпізнання стратегії троля завдати образи як однієї з можливих опцій реалізації тролінгу (див. рис. 3.2).

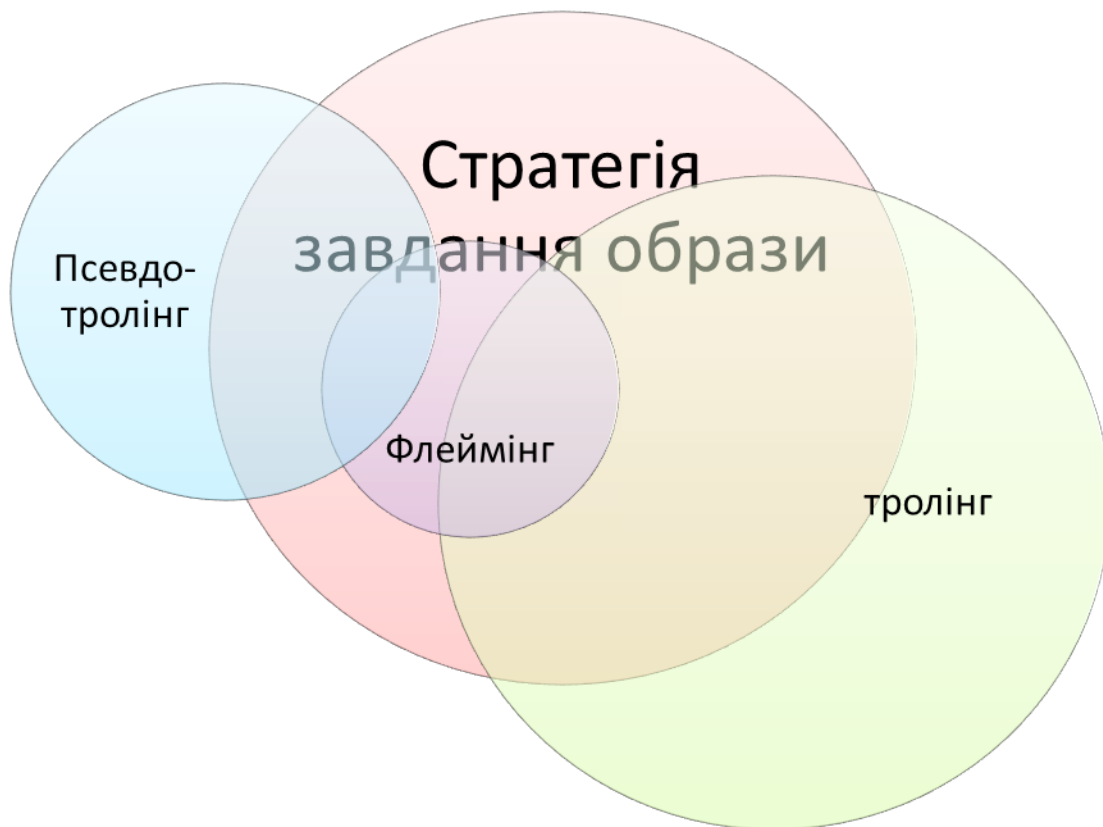


Рис. 3.2. Співвідношення стратегії завдання образи, флеймінгу, тролінгу та псевдотролінгу

Наведемо приклади, що демонструють приклади прояву тролінгу та псевдотролінгу в процесі розгортання дискурсу. Ініціальна репліка містить сарказм, оскільки із коментованого ним відео очевидна саме відсутність дотепності героя ток-шоу – репера *Bushido*. Про це свідчить також емотикон на позначення посмішки. Подальші відповіді користувача *Martin Luther KING* містять велику кількість обценної лексики, за нагромадженням якої втрачається смисл висловлення.

(96) <Zyber>: *Einfach geil, wie schlagfertig Bushido ist :D*

<Martin Luther KING>: *Nicht nur er, auch mein steifer Pimmelmann ist unglaublich schlagfertig, du Rassist, komm her ich will dich über dein Arschloch rannehmen!*

Перша реакція автора ініціальної репліки – прояснити, що в його коментарі зачепило мовця, а також непряма образа через використання ніку під аватарою мовця, що є прецедентним ім'ям, з експліцитною оцінкою поведінки мовця як дурної:

<Zyber>: Wusste nicht, dass Martin Luther King so gestört war und was ist daran rassistisch!?’

Наступні репліки містять надмірність грубих виразів, що можуть самі по собі сприйматись образливо, а також адресну образу. Така поведінка є типовою для поведінки троя:

<Zyber>: Ich sage dazu jetzt nicht mehr, ich weiss ja nicht ob du das lustig findest, was du da sagst, aber es ist NUR Schwachsinn, mehr nicht, ohne Witz, wer ist dir mit ‘nem Laster über’s Gehirn gefahren!?’

<Martin Luther KING>: Hahaha nen Hirn ist sowas von weich wer braucht so ein Scheiss? Viel wichtiger ist ein dicker, harter SPRITZPIMMEL. Meiner ist schwarz wie die nacht und härter wie der Kopp-Stahl von euch Hunnen-Nazis! Wenn ich dich mit dieser harten Rübe pfähle dann bist du in Hölle und Paradies zugleich du geiler Zwergenschwanz-Stecher!

Визнання «можливого розуміння» німецької мови адресата імплікує, що це – погана німецька мова (через надмірність інвектив). Окрім цього, іронічним узагальненням мовець виражає своє ставлення до поведінки адресата.

<schamhaary>: auf deutsch hät ich’s evtl. verstanden was du sagst.für deine stahlprothese kann ich nicht’s

(<https://www.youtube.com/watch?v=cb4kG8su9yA>)

У наступному прикладі метакоментарі дають також змогу зрозуміти, що в свідомості користувачів інтернету існує уявлення про поведінку троя, яка відрізняється від поведінки людини, що вдається до стратегії завдання образи. Це експліцитно висловлює користувач *Alpha2788* у своєму респонсивному коментарі на клішований заклик користувача *MoD366 2* «не годувати тролів». На його думку, роль троя в тому, щоб зробити провокацію задля потіхи або з іншою метою, на протипагу ситуації, коли користувач завдає образи, а потім виправдовується.

(97) <ScepticGinger89>: Ihr seid offensichtlich keine Fußballfans. Ist also klar dass ihr nichts von dem Thema versteht. Dortmunder fans sind die größten

huans, weil sie selber ihre Mutter für Seuro verraten würden. aber jeder hält sich ja für den geilsten <orghhh><orghhh><orghhh>

Wieso sollte götze nicht aus gepfiffen werden? Er ist und bleibt ein geldgeiler Söldner und Posterboy.

<MoD366 2> +ScepticGinger89: Ich muss dir gratulieren, du hast dein Ziel erreicht. An alle, die wütend gegen Hala Madrid argumentiert haben: Lernt endlich, dass man Trolle nicht füttern darf

<Alpha2788> +ScepticGinger89: Real Madrid Fan und du redest von «keine Ahnung von Fußball»?! Das tolle Madrid das in den letzten Jahren Spieler für ein paar 100 Mio. gekauft hat, nicht einen Titel holen konnte – DAS ist traurig! Hoch verschuldet aber trotzdem «Wirtschaftet» man super gut! DAS ist traurig! Wo die ganzen Weltstars wie Ronaldo, Messi etc. stehen ohne ihre durch unverdientes und geschenktes Geld zusammengekauften Teamkollegen, hat man in diesem Turnier (und auch in denen davor) gesehen – das ist ein Mannschaftssport und die einzige richtige Mannschaft bei diesem Turnier war nun mal Deutschland! Wenn du sagst das es unverdient war, dann hast DU mein Freund, keine Ahnung von Fußball! ;) Noch was: Du redest irgendwas von «Grammatik» und schreibst Titel mit «ie»... Junge, Junge... du manövrierst dich mit deinem Namen und deinen Aussagen selber ins Abseits... Zu dem «Troll» Thema: Das ist kein Troll, merkt man doch – er wird beleidigend und versucht sich zu rechtfertigen – Trolle, die in der freien Wildbahn vorkommen, trollen, warten auf Antworten, lachen und / oder sind dann still! ;) Meiner Meinung nach ein Erfolgsfan der keinen Plan von Fußball hat und die Nationalmannschaft aus dem Land in dem er lebt beleidigt und nicht respektiert – Respekt, Herz und Plan vom Leben wie ein Gartenschlauch...

(<https://www.youtube.com/watch?v=06sAmcY25U0>)

З інших коментарів стає зрозумілим, що в інтернет-спільноті троль – це в певному сенсі престижний статус, що свідчить про наявність не тільки руйнівних для спільноти комунікативних інтенцій, а й про такі характеристики, як дотепність, влада, перевага та ін. У наступному прикладі

після закидів у тому, що користувач намагається зобразити з себе троля, а насправді просто невдало привертає до себе увагу, користувач *Sunny Miller* намагається спочатку продемонструвати байдужість, а потім підкреслює власну популярність через кількість коментарів, які йому вдалось отримати на свій коментар.

(98) <*Sunny Miller*>: *Ich finde es toll was für lange texte ihr mir widmet
Hahaha es ist so lustig und traurig zu sehen was für menschen es gibt*

Bin ich fame weil ich 84 Kommentar habe? 100+ Kommentare

(<https://www.youtube.com/watch?v=Rh4UjtgG200>)

Подібна комунікативна поведінка у віртуальному просторі притаманна троям (у разі свідомого спілкування), а реакція інших користувачів, у разі наявності, представлена саркастичними коментарями або вступом до гри та підтриманням започаткованого реєстру.

Отже, переважна анонімність інтернет-дискурсу суттєво впливає на мовленнєву поведінку учасників, сприяючи, зокрема, таким явищам як флеймінг (агресивна суперечка, насичена особистими образами, яка зазвичай не має стосунку до початкової теми) та тролінг (провокування учасників діалогу на сварку, причому троль приховує цей намір). Окремо можна виділити явище псевдотролінгу (ситуація, коли комунікант відверто заявляє про свою схильність до тролінгу).

3.3. Гіпертекст як дискурсивний прояв реалізації стратегії завдання образи

Наступним актуальним для нашого дослідження поняттям є поняття *гіпертексту*, введене Т. Нельсоном [323].

Наразі загальноприйнятним є розуміння під гіпертекстом тексту специфічної структури, що подає інформацію у вигляді пов'язаної мережі гнізд, що об'єднані між собою нелінійними відношеннями в багатовимірному просторі. Специфіка поводження тексту в гіперсередовищі позначається

поняттям *гіпертекстуальності*, під якою розуміється сукупність специфічних особливостей гіпертексту у викладенні, структуруванні й організації доступу до інформації [62, с. 32]. Гіпертекст – це не результат поєднання окремих текстів, а самостійний об’єкт, що характеризується фрагментарністю, нелінійністю, нескінченністю, різноманітністю, інтерактивністю. Гіпертекст – носій множинної інформації. Найважливішим структурним компонентом гіпертексту є гіперпосилання, завдяки чому здійснюється перехід від одного фрагменту до іншого [62, с. 28].

Гіпертекст є дискурспороджуючою особливістю інтернет-комунікації. Для реалізації стратегії завдання образи найбільш актуальними є два прояви гіпертексту: а) нікнейми, що зазвичай є активними посиланнями на сторінки користувачів; б) посилання на різноманітні ресурси, які або вбудовані в структуру стратегії завдання образи, або слугують для її посилення:

(99) *<MeinHerz schlägtLINKS>: schön, wie du mal wieder deinen islamischen «humanismus» (diesmal behinderten-hass) so offen zur schau trägst! danke, immer weiter so, islamnazi!*

warst sicher du, oder?

<http://www.20min.ch/schweiz/ostschweiz/story/Blinder-am-Bahnhofplatz-verpruegelt-17168558>

<MeisterPommfritt>: Nein, das warst du!

(<https://www.youtube.com/watch?v=0xS7q5sZnu0>)

Відсутність безперервності є головною характеристикою гіпертексту. Завдяки комп’ютерним технологіям текст опиняється в новому, нелінійному мережевому просторі. Інтерактивно керований користувачем процес переміщення в інформаційному просторі гіпертексту (переходу від одного фрагменту тексту до іншого за допомогою гіперпосилання) має назву «навігація». Специфічна структура гіпертексту дозволяє навігації стати одним з основних інструментів в процесі вираження постмодерністських світогляду і культури, де текст «породжується наративно, кумулятивно і будь-якої миті може бути перерваний. Крапка в кінці є необґрунтованою та

безпідставною. Текст будь-якої миті може бути продовженим» [192, с. 42]. «Кінець стилю» залишає автору дві основні можливості існування – цитату і коментар [192, с. 42].

У нашому дослідженні ця особливість являє собою певну методологічну проблему, оскільки ускладнює, а іноді й унеможлиблює пошук ініціальних та респонсивних коментарів і не дозволяє адекватно проаналізувати матеріал, основою якого є діалог (наприклад, існує така опція, що забезпечує спочатку появу найпопулярніших коментарів). Таким чином, порушується логіка діалогу. Механізм гіперпосилання не допомагає відшукати потрібну репліку, а лише є шляхом до сторінки користувача. У свою чергу, власне стратегія завдання образи іноді залишається нереалізованою саме через наявність гіпертексту, бо висловлення просто губиться в потоці коментарів та великій кількості гіперпосилань на різних користувачів та різні інтеракційні внески. Окрім того, частина коментарів просто видаляється модераторами.

У наступному прикладі наводиться цитата з видаленого модератором коментаря. Не дивлячись на те, що в інтернет-комунікації нема можливості вдатися до фізичної розправи, випадки такого типу погроз є доволі поширеними.

(100) < GonG108>: "Ich schlage dich grün und blau, ich schlage dir die Fresse ein, und gnade dir, wenn ich die Beherrschung verliere." Kommentar von AnonymusCoward an Erzengel09 am 02.11.13 so funzt dieser schweinekult aus dem orient. mord, todschlag und raub sind religiöse handlungen.

wer stenigungen und hände abhacken als zivilisatorischen höhrpunkt feiert, ist von grund auf schlecht.

seine freund vom zentralrat fordern jetzt schon die akzeptanz der steinigung im rahmen der religionsfreiheit. so schauts aus.

(<https://www.youtube.com/watch?v=ycMQdYA-tHA>)

Модерація сайтів здійснюється через наявність скарг та порушення нетикету. Тому користувачі намагаються дотримуватися встановлених

правил і вдаватися до реалізації стратегії завдання образи переважно в імпліцитній формі. Наприклад, у відповіді до видаленого коментаря користувача *Das Körnchen* в питальній формі замаскований натяк на неосвіченість та розумову обмеженість, тобто реалізовано стратегію завдання образи. Вказується на те, що автор ініціального коментаря ображає інших. Зневагу також посилює вживання еліптичної конструкції «*Architekt für was?*».

(101) <Ares3DA>: *Architekt für was? Behinderte Kommentare, die nur Beleidungen enthalten? Oder reicht dein IQ etwa nicht für normale Argumente und Rechtschreibung gleichzeitig?*

(<https://www.youtube.com/watch?v=iKdtJ6lph8U>)

Однак інгерентні особливості інтернет-простору як ситуації спілкування надають достатньо можливостей для різного роду порушень норм поведінки.

Можливість переходити за гіперпосиланнями на сторінки користувачів в соціальних мережах дає змогу мовцеві за відсутності безпосереднього контакту ознайомитись з особистістю адресата, наприклад, переглянути його фотогалерею. Таким чином, механізм гіпертексту дозволяє користувачам «заходити» на особисту територію один одного і збагачувати інтернет-спілкування елементами реального спілкування, які є недоступними в умовах текстоцентричного спілкування.

(102) <Frederic Beigbeder>: *ein Mann der aussieht wie Scheisse (= Wolfgang Schwalm) masst sich ein Urteil an (genauso zusammenhangslos wie der Ursprungskommentar)*

<Wolfgang Schwalm>: *Ah, ein Ästhet der sich am Selbst-Bild orientiert!*

(<https://www.youtube.com/watch?v=adhRFjbrMrs>)

У підсумку слід зазначити, що гіпертекстуальність, з одного боку, сприяє реалізації стратегії завдання образи, оскільки надає комунікантам додаткові можливості, відсутні у реальному спілкуванні, а з другого боку – певним чином стримує учасників дискурсу, оскільки суттєво знижує рівень анонімності в інтернеті (за гіперпосиланням часто можна ознайомитися з

профілем учасника в соцмережах, дізнатися про його реальне життя). Крім того, гіпертекстуальність часто порушує лінійність і послідовність спілкування, руйнуючи тим самим цілісний комунікативний простір і унеможливаючи розпізнавання учасниками стратегії завдання образи, тобто дії учасників не досягають своєї перлокутивної мети.

3.4. Інтертекстуальні дискурсивні прояви завдання образи

Інтертекстуальність – термін, введений в 1967 р. теоретиком постструктуралізму Ю. Кристеву на позначення загальної властивості текстів, що виражається в наявності між ними зв'язків, завдяки яким тексти (чи їх частини) можуть багатьма різноманітними способами явно або неявно посилатися один на одного. Йдеться про «текстову інтеракцію в межах того самого тексту» [108]. Спільним в розумінні інтертекстуальності є вихід за межі тексту, тобто наявність відношення «текст – тексти – система» (система поєднання, композиційна, мовна система).

Основною частиною арсеналу засобів інтертекстуальності є прецедентні феномени, серед яких важливе місце займають прецедентні імена. Прецедентні імена – це широко відомі власні назви, які використовуються в тексті не стільки для позначення конкретної людини (ситуації, міста, організації та ін.), скільки в якості своєрідного культурного знаку, символу певних якостей, подій, доль [77; 58; 104; 112; 143; 166; 167; 175]. У випадку з конструюванням стратегії завдання образи саме прецедентні імена є основним проявом інтертекстуальності.

У наступному прикладі діалог розгортається на фейсбук-сторінці соціалістичної партії Німеччини (*die SPD*) міститься інформація про умови конкурсу на премію імені Г. Хайнеманна за вагомий внесок у розвиток демократії та громадянську мужність. Г. Хайнеманн був федеральним президентом Німеччини у 1969-1974 роках, його політика була спрямована на встановлення дружніх стосунків між Заходом і Сходом. Він став

символічною фігурою для політики пацифізму та примирення. Користувачка *Petra Schmolke* коментує попередні висловлення іншого користувача, в яких той дозволяє собі явну нетолерантність до мігрантів. Вона реалізує стратегію завдання образи в імпліцитний спосіб саме через згадування прецедентної для німецької лінгвокультури історичної постаті:

(103) <*Petra Schmolke*>: *Bei den Kommentaren dreht sich Gustav Heinemann im grab um +> Eure Kommentare sind rassistisch.*

(<https://www.facebook.com/SPD>)

Другий приклад використання прецедентного імені бачимо в наступній репліці: користувач *Lars Becker* вказує своєму адресатові на його безграмотність, реалізуючи стратегію завдання образи за допомогою прецедентного імені Конрада Дудена:

(104) <*Julia Fick*>: *Schau mal **Flachzange**, ich habe nicht um deine Meinung gefragt. So was nennt man " eigene Meinung ". Wenns dir nicht passt, dann les auch nicht mein Kommentar durch und schreib kein Müll. Also, jetzt mal zum Thema. Hast DU jemals gesehen, dass ein Mensch sein Gehirn 100%tig eingesetzt hat. NEIN. Hast du jemals gesehen, WAS passiert ist, NEIN. Weißt DU denn ÜBERHAUPT, was passiert, wenn man sein Gehirn bis zu 100% einsetzt. NEIN. Das weißt kein Mensch auf der Welt. Warum? Weil es NIE passiert ist. Und jetzt, kommen solche ahnungslose Idioten, die schreiben Bücher und denken, ja genau, dass wird passieren. Klatsch!!! Das ist genau wie das Big Bang Theorie. Nur eine VERMUTUNG. Und DAS ist nur ein Film. Wenn du die Realität und Fantasie nicht unterscheiden kannst, dann hast du ganz schön viele Probleme. Dieses Film grenzt gegen jegliche Logik. Du hast selber keine Ahnung von dieser SACHE, also rede DU keinen unqualifizierten Mist. Es gibt eine Realität, was den Menschen unbekannt ist. Informier dich mal über die Beziehung zwischen Albert Einsteins Relativitätstheorie und der Quantenphysik. Und dann komm und schreibe deine **nutzlose** Kommentare...*

<*Lars Becker* >:



<Julia Fick >: *Warum hältst du nicht einfach mal deine Klappe wenn du nichts mit dem Thema zu tun hast?*

(<https://www.facebook.com/FRAUENSPIELZEUGE/?fref=ts>)

Концепції інтертекстуальності та прецедентності, актуальні для сучасної культури в цілому та окремо для лінгвістики, є, за М. Рижковим, близькими до понять вертикального контексту, текстових ремінісценцій, логоепістем, регулярної полісемії, лінгвокультурам, лінгвоідеологем, архетипів та когнітивних метафор.

Вертикальний контекст (як посилання до соціально-історичної дійсності або до художніх творів [13]) у вигляді відсилань до історичних постатей минулого (Фрейд, Гітлер, Гьорінг) проявляється в наступному прикладі:

(105) <aidscat rockt>: *leute wie du sind der grund dafür, dass leute wie freud morhium brauch(t)en!*

<Hodus Maximus>: *Zeitlich inkorrekt. Hitler + Göring waren auch süchtig. Meine Schuld? Sei nicht doof! Du Hohlkopf ☺*

(<https://www.youtube.com/watch?v=ykPTx7pK4FU>)

Посилання може бути і на відому сучасну постать (наприклад, на відомого злочинця Брейвіка):

(106) <simulacrum47>: *In Tat und Wahrheit seid ihr nur eine Bande von Nazis, und Nazi-Mitläufern, für immer krankhaft verbissen und eingeschworen, durch Dreck wie Pliss-News hingewaschen, und ihr Kleingemüter und Kleinhirne könnt gar nichts anders, wie Hühner. Ihr seid eine Schande für jede moderne Gesellschaft, braune Aussenseiter, und "Nie wieder!" muss insbesondere bei Breivik-Verstehern wie euch mit aller Kraft ermahnt werden. Du wirst niemals*

auch nur eine Sekunde in dieser Diskussion mithalten zu können, weil du gestört und dumm bist.

(<https://www.youtube.com/watch?v=jCROacW3JVY>)

У наступному прикладі бачимо ремінісценцію (як усвідомлювані / неусвідомлювані, точні / неточні відтворення певних рис або фрагментів інших творів [184]) на типове рекламне оголошення, що у пародійному вигляді використовується як засіб реалізації стратегії завдання образи:

(107) <Baumslayer>: herzlichen Glückwunsch mit diesem Beitrag hast du dich gerade den preis des dümmsten Kommentar erhalten Sie erhalten so viele Waschmaschinen wie Sie tragen können nein also um das richtig zu stellen es ist verboten aber es darf zu schulischen oder wissenschaftlichen Zwecken gelesen oder Teile auch kopiert werden :)

<BossBabyMiniCock>: Also Sarkasmus macht man allgemein hin mit nem Smiley oder Ähnlichem deutlich.

(<https://www.facebook.com/LittleRedRidingHood1992/>)

Логоепістематику (як використання одиниць комунікативного простору, що визначаються «як сліди мови в культурі або культури в мові» [102]) можна спостерігати у згадуванні відомої фрази героя коміксів Гомера Сімпсона:

(108) <Wolfgang Schwalm>: Wissen ist verifizierbar und Glauben falsifizierbar! Habe ich schon vor vielen Wochen bei YouTube erklärt, Ungebildeter!

<Dominik Thiel>: Laaangweilig! Hohlkopf!

<Wolfgang Schwalm>: Bitte lesen Sie sich die Psychoanalyse von Sigmund Freud durch. Er hat es ja sehr ausführlich beschrieben, wie wichtig das Prinzip "Liebe" zum Leben ist. Auch wenn seine Ideen etwas kalt, oder wenig positiv sind. Wo ist denn ansonsten in Ihren Augen die Gesellschaft krank, sodass zu wenig Liebe vorhanden ist?

(<https://www.youtube.com/watch?v=Q6fsbGKhS-k>)

Те саме стосується використання мемів, які, як ми вважаємо, є інтернет-різновидом логоепістем. У наступному прикладі бачимо зображення відомого персонажа «Зоряних війн», який у фільмах вирізнявся дуже своєрідним синтаксисом:

(109) <Richard Gocht>:



<Otto Weigl>: *Oh mann bist du aggro...aber weisst du was?... mit dir kenne ich zumindest jetzt einen menschen, der es schon schafft, fast 1 % seiner gehirn kapazität zu benutzen...*

(<https://www.facebook.com/cducsubundestagsfraktion/?fref=ts>)

Прикладом регулярної полісемії (маються на увазі метафоричні / метонімічні переноси, що виявляють вторинну семантику у близьких за значенням слів однієї частини мови [5]) можна вважати використання слова *Aluhut* (бляшана шапочка, яка нібито має захищати власника від читання його думок) як символу марновірства та дурості:

(110) <199gSauerkraut>: *Halt die Fresse und zieh den Aluhut wieder auf*

<Auf Streife>: *Halt dein Maul, du Wichser. Tue uns einen Gefallen, blase Karl-Theodor zu Guttenberg und schiess dir in den Kopf.*

(<https://www.youtube.com/watch?v=bm5DpOvAEfA>)

Крилатим стало висловлення одного з провідних представників постмодернізму та постструктуралізму Р. Барта, яке відображає сутність всієї сучасної культури: «Кожен текст є інтертекстом: інші тексти є присутніми в ньому на різних рівнях в більш або менш упізнаваних формах: тексти

попередньої культури і тексти оточуючої культури. Кожен текст є новою тканиною, витканою зі старих цитат. Обривки культурних кодів, формул, ритмічних структур, фрагменти соціальних ідіом і так далі – усі вони поглинені текстом і перемішані в ньому, оскільки завжди до тексту і навколо нього існує мова. Як необхідна передумова для будь-якого тексту інтертекстуальність не може бути зведена до проблеми джерел і впливів; вона є загальним полем анонімних формул, походження яких рідко можна виявити, несвідомих або автоматичних цитат, що подаються без лапок» [246]. Попри певний радикалізм зазначеної позиції не можна не визнати, що інтернет-комунікація тяжіє до глобальної інтертекстуалізації.

Джерелом інтертекстуальності є прецедентні феномени, які Л. Грішаєва влучно називає «маркерами колективної культурної ідентичності» [56, с. 27]. Власне термін «прецедентний текст», що був введений Ю. Карауловим, позначає тексти, які: «1) є значущими для тієї або іншої особи в пізнавальному і емоційному відношенні, 2) мають надособовий характер, тобто добре відомі широкому оточенню цієї особи, включаючи її попередників і сучасників, і, нарешті, 3) є такими, звернення до яких поновлюється неодноразово в дискурсі цієї мовної особи» [94, с. 216].

За різними класифікаціями розрізняють соціумно-прецедентні феномени (що входять до колективного когнітивного простору того чи іншого соціуму і відомі середньому представнику цього колективу), національно-прецедентні феномени (входять в когнітивну базу представника певної лінгвокультури), універсально-прецедентні феномени (входять в універсальний когнітивний простір людства та, скоріш за все, відомі будь-якій сучасній людині), а також автопрецеденти (мають особливу значущість для окремого індивіда і входять до індивідуальної свідомості) [58, с. 25-27]; прецедентні феномени, що мають тимчасову цінність [167, с. 40], і мають стосунок до моди або актуальності. Слушним є розподіл прецедентних феноменів, слідом за Д. Гудковим на: 1) прецедентні тексти, 2) прецедентні

висловлення, 3) прецедентні ситуації та 4) прецедентні імена, що, в свою чергу знаходяться в тісному взаємозв'язку та можуть слугувати тригером для актуалізації один одного [58, с. 29].

Прецедентні тексти відрізняються від прецедентних висловлень тим, що вони є завершеними продуктами мовленнєво-мисленнєвої діяльності і актуалізуються в комунікації через висловлення та символи, що пов'язані з цим текстом. Під прецедентними ситуаціями розуміють ідеальні або еталонні ситуації, що мають певні конотації (біблейські сюжети, міфологічні, історичні і т. д). Прецедентні імена – це індивідуальні імена, що пов'язані з прецедентними ситуаціями або текстами (літературні герої, відомі історичні постаті, герої коміксів, серіалів, знаменитості і т. д). Для інтернет-комунікації ці явища об'єднуються поняттям мема, що може, окрім іншого, мати візуальну (графіка, зображення), тобто невербальну складову.

Для реалізації стратегії завдання образи особливо значущими є прецедентні імена та висловлення (як редукована версія, що передбачає більше поле для мовленнєвої гри), що є ефективним засобом передачі смислу «ТИ / ТВОЄ – ПОГАНЕ» через свою когнітивну «компактність». Проте окремо взяте прецедентне ім'я не можна розглядати як семантичний «ярлик». Одні й ті самі прецедентні феномени можуть слугувати для реалізації різних тактик в межах стратегії завдання образи. Прецедентні імена часто обираються користувачами для ніку:

(111) <Rotkäppchen>: *machta nochn Rotkäppchen Bunnie (= mach mal noch ein Glas von «Rotkäppchen» Sekt)*

<Rotkäppchen Model>: *Troll dich, Troll !!!*

<#kopfschmerzenwegenzuvielDummheit>: *Soll ich dich fressen ?*

(<https://www.facebook.com/LittleRedRidingHood1992/>)

Підводячи підсумок, зазначимо, що в німецькомовному інтернет-дискурсі широко використовуються, зокрема з метою реалізації стратегії завдання образи, засоби інтертекстуальності. Найбільш показовими з них є

звертання до прецедентних імен (літературних героїв, історичних персонажів тощо) та інших прецедентних феноменів.

3.5. Креолізація як дискурсивний прояв завдання образи

Діалогічний інтернет-дискурс серед іншого дозволяє використовувати не лише суто вербальні тексти, але й вводити до їх складу графічні елементи.

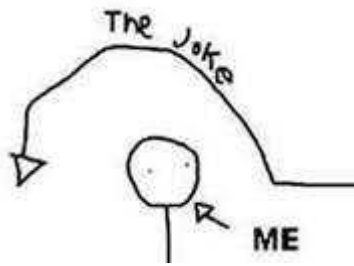
Ю. Сорокін і Є. Тарасов запропонували називати тексти, фактура яких складається з двох негомогенних частин, *креолізованими* [174, с. 180–186].

У лінгвістичній літературі зустрічається велике розмаїття термінів на позначення описаного явища: «нетрадиційний текст», «семіотично збагачений текст», «полікодовий текст», «синкретичний текст» та «іконотекст» (див., наприклад, [4; 25; 26; 36; 50; 71; 79; 114; 134; 149; 172; 173; 174; 217; 237 и др.]). Найбільш популярним серед дослідників є термін «креолізований текст», який ми й використовуємо.

Під креолізацією ми розуміємо «комбінування засобів різних семіотичних систем в комплексі, що відповідає умовам текстуальності» [26, с. 109]. До засобів креолізації вербальних текстів належать зображеннєві компоненти, що впливають на інтерпретацію тексту, а також технічні елементи оформлення тексту, що впливають на його смисл. Серед них слід назвати: шрифт, колір, фон тексту (кольоровий або ілюстрований), іконічні друкарські символи (пиктограми, ідеограми і т. п.), графічне оформлення вербального тексту (у вигляді фігури, в стовпчик і т. п.). Повний спектр засобів креолізації ще не виділений і не описаний.

Нижче бачимо досить малочастотний, проте показовий для інтернет-комунікації випадок, коли користувач *Karsten Kutschan* вказав користувачеві *Rosie* на недотепність його попереднього жарту за допомогою креолізованої репліки (малюнок із текстом), а у відповідь отримав суто графічне повідомлення:

(112) <*Karsten Kutschan*>:



<Rosie>:



(<https://www.facebook.com/cducsbundestagsfraktion/?fref=ts>)

За ступенем гетерогенності креолізованих текстів виділяють чисто вербальні (або чисто іконічні) тексти та такі, що поєднують вербальний та образний компоненти [149, с. 9-11]. Залежно від характеру зв'язку зображення з вербальною частиною виокремлюються тексти з частковою або повною креолізацією. У першому випадку образний компонент є факультативним елементом організації тексту, тому вербальна частина в таких текстах є відносно автономною і між вербальними й образними компонентами складаються автосемантичні відношення. У другому ж відношення між частинами тексту є семантичними, оскільки вербальна частина не може існувати у відриві від образної [4, с. 15].

Нижче наведено приклад повної креолізації. Відповіддю на пост користувачки *Nina Klunkert* є дві репліки, що містять стратегії завдання образи. Репліка користувачки *Kathrin Meyer* містить стратегію завдання образи, реалізовану саме за рахунок графічного зображення, а репліка користувачки *Ulrike Hoop* містить прийом сленгової деабревіації:

(113) <Nina Klunkert>: *Darf es ein wenig Hirn sein? Eine top Werbung für Ikea!!!!*



<Kathrin Meyer> + Nina Klunkert: IKEA = Ich kaufe einfach alles

<Ulrike Hoop> +Nina Klunkert:



<Nina Klunkert> +Ulrike Hoop +Kathrin Meyer: Manno! Pah! Buh!

(<http://www.mimikama.at/.../darf-es-ein-wenig-hirn-sein-die-r.../>)

Графічні елементи стають все більш поширеними: «Ілюстрування сьогодні все більше стає елементом текстоутворення» [25, с. 162]. Нижче наводимо приклад, де респонсивний комунікативний внесок зводиться до розміщення поширеного в інтернет-мережі «вірусного» зображення, яким реалізується контр-стратегія завдання образи:

(114) <AJ Mishu>: *Es gibt ja Menschen die mit ihren dummen Kommentaren immer wieder ihren Neid zeigen müssen wa? Selbst wenn Til nur ein Foto von seinen Katzen postet. Ihr sitzt bestimmt den ganzen Tag vor eurem Pc*

oder eurem Handy und wartet nur darauf das er etwas postet um eure Dummheiten aufs neue zu beweisen. Eigentlich kann man nur Mitleid mit euch haben.

<Janine Hille>:



(<https://www.facebook.com/TilSchweiger>)

У наступному прикладі у відповідь на свій коментар користувачка *Silvia Hauten* отримує вірусне зображення із кішкою на фото та приблизною цитатою сказаного нею, що призводить до комічного ефекту та дискредитує її саму, а також її спробу сформулювати образу:


(115) *<Silvia Hauten>: Normalerweise interessiert mich nicht was auf anderen Seiten kommentiert wird... Aber du verdienst einen Kommentar, weil du einfach mal so richtig scheisse bist und ich Langeweile habe dafür das du so eine gehässige Kuh bist.*

<Ano Nym>:



(<https://www.youtube.com/watch?v=jCROacW3JVY>)

Важливими елементами віртуального дискурсу є ніки (або нікнейми – мережеві імена чи псевдоніми, що використовуються користувачами, зокрема, в блогах, на форумах, в чатах) та аватари (невелике зображення, що використовується для персоналізації користувача форуму, чату чи іншого онлайн-сервісу). У нашому дискурсивному матеріалі наявна значна кількість прикладів, де реалізація стратегії завдання образи відбувається за рахунок гри з ніком або аватаром адресата, як у наступному прикладі, де користувач *Fedja Reichenbacher* звертається до користувачки *Anna De Luca*, використовуючи її аватару, на якій зображено kota, для конструювання образливого смислу і назвавши «товстою кішкою» Як бачимо, користувач *Fedja Reichenbacher* сприймає репліку *Anna De Luca* як одне ціле з її аватаром і використовує це для конструювання стратегії завдання образи:

(116)  <Anna De Luca>: *Fedja Reichenbacher, führst Du Selbstgespräche?*

<Bernd Schibulla>: *oha. das war jetzt aber schlagfertig* <grin emoticon> *FAIL*

<Fedja Reichenbacher>: *Nein, ich rede mit einer fetten Katze.*

(<https://www.facebook.com/katzenberger.daniela/?fref=ts>)

У наступному прикладі користувачі обговорюють фінальний футбольний матч за кубок світу 2014 р. між Німеччиною та Аргентиною. У діалозі починають переважати взаємні образи. Особливо агресивно себе поводить користувач з ніком *theblackqueen777*. Модератор видалив коментарі цього користувача, проте користувач *Ares3DA* грає з перефразуванням ніку *theblackqueen777* («*unsere dunkelhäutige genderfake Queen*» замість *theblackqueen777*), намагаючись його образити:

(117) <Ares3DA>: *Dunkelhäutige genderfake Queen: Ja, bist du offensichtlich laut deinem Namen. Aber du bist ja anscheinend eh eher der Typ, der versucht schnell Off Topic zu gehen, damit er sich nicht ganz blamieren muss.*

(<https://www.youtube.com/watch?v=ApJyTzW8bSc>)

Зауважимо, що в інтернет-полілозі будь-який образливий коментар щодо певного учасника можна вважати адресним, оскільки коментарі є доступними для всіх користувачів.

Взагалі, в інтернет-дискурсі можливі такі типи адресатів: 1) «власне адресат», якому призначена конкретна репліка; 2) «квазіадресат» – уявний або очікуваний співбесідник, до якого спрямоване мовлення; 3) «опосередкований адресат», тобто латентний свідок комунікації, який присутній під час акту комунікації; 4) «адресат-ретранслятор», який має передати інформацію дійсному адресату [152, с. 11-15].

Для нашого дослідження 3-й та 4-й типи адресатів не є актуальними, оскільки не можуть бути об'єктами стратегічних мовленнєвих дій.

Нижче ми бачимо, як фани футбольних клубів «Дортмунд», «Нюрнберг» та «Баварія» обговорюють поведінку один одного як представників протилежних таборів. Користувач *TheBorussiaDortmundFan* стверджує, що неможливо одночасно бути прихильником команд Нюрнберга та Баварії, в чому він звинувачує користувача *F3rrata*. На такий закид він отримує відповідь від користувача *F3rrata*, в якому той реалізує стратегію завдання образи, вдаючись до оцінки недолугої, на його думку, аватари користувача *TheBorussiaDortmundFan*, на якій зображено акулу:

(118) <Prodrummer1603>: *Ich bin Bayern-Fan und kann die Dortmund-Fans ein bisschen verstehen. Eine Woche vor der Bekanntgabe des Wechsels hat Götze noch gesagt: Der BvB ist mein Verein und das is hier meine Stadt (nicht genau der Wortlaut aber so ähnlich).*



<TheBorussiaDortmundFan>: *NÜRNBERG-FAN UND BAYERN-SYMPATHISANT ?! Was ist denn bei dir schief gelaufen ?^^ +> Es ist nicht möglich gleichzeitig Nürnberg-Fan und Bayern-Sympathisant zu sein.*

<F3rrata > +*TheBorussiaDortmundFan*: *was soll bei mir schief gelaufen sein ? Ich sympathisiere halt mit bayrischen Mannschaften. Ich freu mich auch wenn Augsburg gewinnt. Ist da was falsch dran ? In erster Linie aber den Club*

weil ich Franke bin. Ich erwarte garnicht von dir das du das verstehst, denn in deinen Augen sind ja alle Bayern = Bauern, wenn du genauso über Bayern denkst wenn es mal nicht um Fußball geht, muss ich dich fragen was bei dir schief gelaufen is, denn dein Avatar mit dem großen Hai der den kleinen FC Bayern im Visier hat zeugt nicht gerade von hohem Intellekt (Thema Südtribüne).



<TheBorussiaDortmundFan> +F3rrata: Naja ein Nürnberg-Fan der Bayern mag ist etwas was man nicht alle Tage sieht... P.S.: Meinen Avatar habe ich nach dem Pokalfinale 2012 gewählt um meine Freude über diesen Sieg zum Ausdruck zu bringen. Meiner Meinung nach zeugt es nicht gerade von Intellekt, den Intellekt eines anderen nach seinem Youtube-Avatar zu bewerten ;)

(<https://www.youtube.com/watch?v=dRNjQBCA2Co>)

Зібраний дискурсивний матеріал не продемонстрував випадків реалізації стратегії завдання образи, коли використовуються виключно графічні елементи – емотикони або ілюстрації без тексту, навіть у тому разі, коли зображення мають потенційно образливу семантику. У таких випадках коментар скоріше сприймається як прояв дотепності, а не як завдання образи. Показовим є використання так званих **демотиваторів**, яке інтерпретується як жарт та часто використовується для зменшення напруги у спілкуванні. Гадаємо, що це відбувається також і через редукованість, неповноту та надмірну абстрактність семантики емотиконів та фотографій або будь-яких інших зображень, які не сприймаються особисто.

Під **демотиватором** розуміється демотиваційний постер, створений у якості пародії на часто нудні мотиваційні постери. Якщо мотиватори як наочна агітація мають підтримувати робочий настрій, то демотиватори, за своїми формальними ознаками, замість позитивних емоцій нібито мають викликати негативні емоції: сум, відчай і т. ін.. Формат демотиватора легко впізнається користувачами. Як правило, це базове зображення, розміщене на чорному полі, та слоган (інколи ще й пояснення до нього). Такі постери дуже часто стають інтернет-мемами і, окрім іншого, можуть містити тексти та/або

зображення нецензурного характеру. Наразі демотиваторами часто називають і просто смішні зображення, що за своєю формою не є демотиваторами як такими [49, с. 124-130]. У будь-якому разі, демотиватори є розповсюдженим в інтернет-спілкуванні явищем, що робить їх потужним інструментом для стратегії завдання образи (як для конструювання власне стратегії, так і в якості реакції на неї із певним релаксуючим ефектом).

Термін «мем» вперше з'явився у 1976 р. в книзі Р. Докінза [68], де дослідник екстраполював концепцію генетики на інформаційне середовище та за аналогією з «геном» називає «одиницю культурної інформації», здатну до розмноження, *мемом*. Так само як ген, мем є одиницею зберігання та передачі інформації, проте виключно в сфері культури (автор наводить такі приклади мемів: мелодії, ідеї, модні слова, способи будівництва та приготування їжі та ін.). І мем, і ген є реплікаторами, тобто об'єктами, що самі себе відтворюють.

Розуміння власне *інтернет-мема* збігається з розумінням мема (в загальнокультурному значенні) лише за механізмом функціонування. Під інтернет-мемом розуміють коротку (як правило, іронічну та дотепну) інформацію в тій чи іншій формі (слово, вираз, зображення, відео- або аудіоряд), яка дуже швидко стає популярною і відтворюється в нових контекстах та ситуаціях в межах інтернету через соціальні мережі, блоги, форуми и т. д. Головного значення набуває саме поняття популярності, а не просто здатність до відтворення. До того ж інтернет-меми, на відміну від генів та мемів, не спрямовані на точне (само)відтворення, скоріше до кількості таких відтворень, тобто до появи в якомога більшій кількості контекстів. Схоже за природою з мемом явище позначає також розповсюджений термін «медіа-вірус», що був введений Д. Рашкоффом [332], проте він слугує для позначення значно більшого за своїм соціальним впливом феномену, що відрізняється присутністю не тільки в межах інтернет-простору, а й в усіх медіа-ресурсах [109]. Існують також окремі ресурси, присвячені феномену інтернет-мемів (наприклад, російськомовний

вікі-проект *Lurkmore.to*, англomовний вікі-проект *Encyclopedia Dramatica*, конвент *ROFLCon*).

Найчастіше креолізовані інтернет-меми повною або частковою креолізацією використовуються в респонсивних коментарях:

(119)



(<https://www.facebook.com/meinRTL/?fref=ts>)

(120)



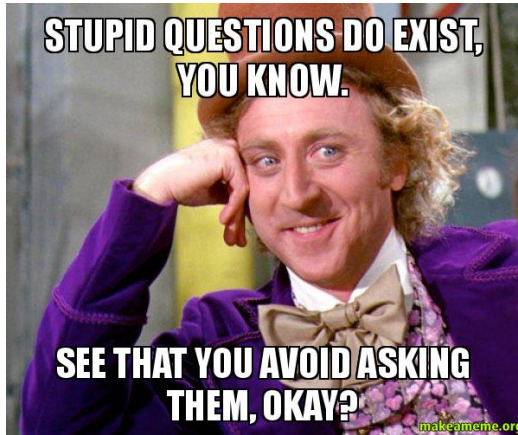
(<https://www.facebook.com/katzenberger.daniela/?fref=ts>)

(121)



(https://www.facebook.com/Frautv/?hc_ref=SEARCH&fref=nf)

(122)



(<https://de.sports.yahoo.com/blogs>)

(123)



(<https://www.youtube.com/watch?v=0xS7q5sZnu0>)

Загалом, поле інтернет-мемів та поле демотиваторів частково перетинаються. Виходячи з головних ознак інтернет-мема (він завжди є популярним і при цьому може бути креолізованим чи некреолізованим) та демотиватора (він може бути популярним чи непопулярним і при цьому завжди є креолізованим), можна казати, що популярний демотиватор є креолізованим інтернет-мемом.

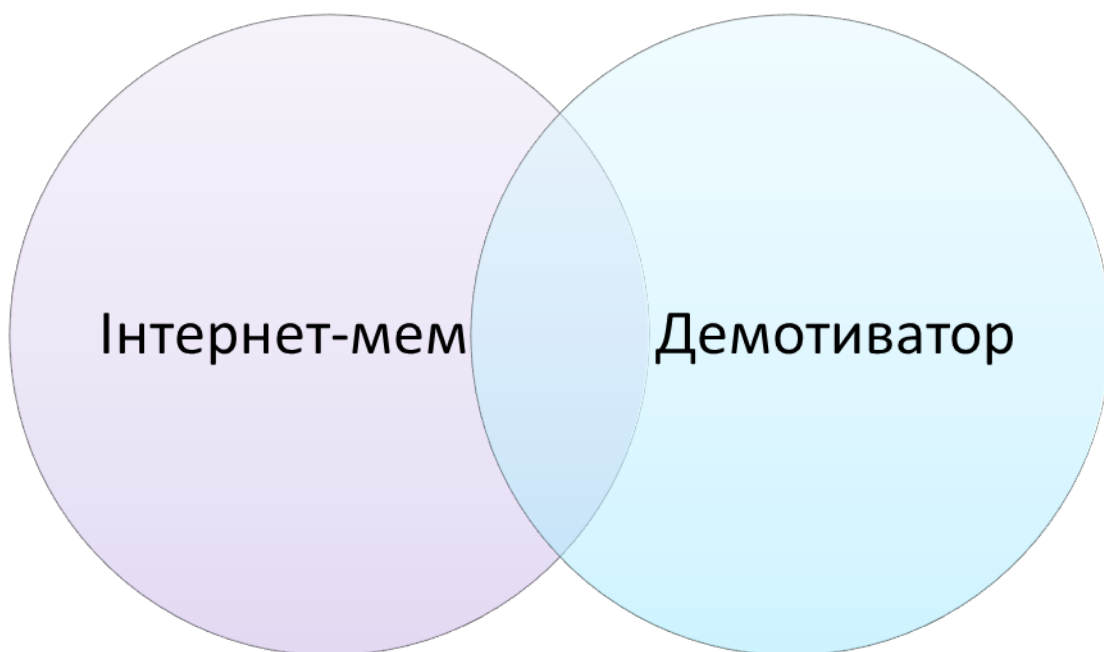


Рис. 3.3. Співвідношення інтернет-мемів та демотиваторів

Потужним засобом для передачі невербальної інформації під час інтернет-спілкування є емотикони, які являють собою специфічні графічні одиниці, створені для вираження емоцій комунікантів. За своєю суттю емотикон – це графема, що складається з пунктуаційних знаків, літер та цифр традиційного письма. Проте останнім часом ці комбінації знаків все частіше замінюються спеціальними зображеннями (часто – анімованими). А. Мельникова пропонує класифікацію емотиконів за сферою їх використання (універсальні, культурно-специфічні та емотикони-неологізми) та принципом утворення [133, с. 216-217]. Окрім емотиконів існують також суто текстові засоби передачі інтеракційних показників (*e.g.* <g> = *grin*, *CAPITALS* = *shouting etc*).

Проте подібні засоби не здатні адекватно передавати все розмаїття паралінгвістичних показників, які допомагають розпізнавати інтенцію мовця в умовах живого спілкування [277, с. 285-286]. Зокрема, вираженню інтенцій мовця та розпізнаванню їх адресатом сприяє тональність: мовець обирає тональність, яка найкращою мірою відповідає його інтенціям [66, с. 64; 93]. Встановлення адресатом тональності мовця відбувається за рахунок змішення інтерпретації об'єктивно наявних маркерів та власної уяви і тому є

проблематичним. Звичайно, це не означає, що адресати не можуть встановити чи приписати мовцеві наявність інтенції, проте наявні механізми (наприклад, візуальні акценти на зразок зміни шрифту, його кольору і розміру, використання емотиконів) можуть не досить адекватно передавати паралінгвістичні та невербальні елементи інформації, що ускладнює процес. Проте останнім часом зростає кількість емотиконів, з'являються культурно-специфічні емотикони типу «као-модзі» (східноазійський варіант емотиконів, який схематично відтворює вираз обличчя та жести людей, виходячи з традицій аніме та манги) тощо, які створені задля компенсації відсутніх просодичних засобів, що супроводжують природну комунікацію.

Наступний приклад ілюструє вживання такого засобу передачі емоцій, як као-модзі. Користувачка *maria meyer* використовує као-модзі «^^» (посмішка через силу, удавана люб'язність), аби підкреслити слово *LIEBER*, набране до того ж великими літерами, тим самим демонструючи, що вона розпізнала у попередній заяві *Horst Klein* інтенцію завдати їй образи:

(124) <*maria meyer*>: *Was 'ne kranke Sendung inner kranken Welt...*

<*Horst Klein*>: *Was für ein krankes Deutsch, liebe Maria Meyer!*

<*maria meyer*>: *...man nennt es SLANG, LIEBER ^^ Horsti...Wenn du das nicht weißt.*

(<https://www.youtube.com/watch?v=E5WTmvVfgy4>)

Далі бачимо, як користувач *John Player Special* кваліфікує попередні репліки (ми їх не наводимо) як дитячі та незрілі («середня школа – незрілість», українським аналогом може бути «петеушник»). Імітуючи крик, він використовує скупчення голосних. Користувач *Suzak* підтримує цю оцінку, підкреслюючи її не цікавість за допомогою емотиконів, що відтворюють позіхання:

(125) <*John Player Special*>: *Hauptschuleeeeeeeeeeee*

<*Suzak*>: *-O <Gähn!>*

(<https://www.youtube.com/watch?v=jOolAfjv3xg>)

Ще один приклад одночасного використання різних мовних засобів для

передачі емоцій – від імітації просодії через скупчення голосних до використання розділових знаків – скупчення крапок та знаків питання з метою передати імплікатуру: «Ви взагалі логічно не думаєте», що призводить до суперечки між користувачками *Cata Leya* та *Shalyn Casar*.

(126) <*Cata Leya*>: Ooooh süüüüß. Wie langweilig. . . . Gäääääh. . . Muss man natürlich im BH hochhalten. . . Wow. . . Wann schaltet ihr denn endlich mal das Hirn ein????????????? Schade das man sich so billig vermarkten muss

<*Shalyn Casar*>: Liebe Cata.... Wenn du VERSTEHEN würdest... Dann würdest du dich mit anderen Themen als mit Tierbildchen beschäftigen. Du frisst Frauen nur zum Frühstück um dich an ihrem Gehirn zu bereichern. Davon hast du nämlich sehr wenig!

<*Cata Leya*>: Liebe Shalyn, aber auch hier bin ich im Moment noch gerne gewillt, eine Antwort zu verfassen. Schade das auch Du Dich in die besonderen einreihst. Nun gut. Zuspruch wirst Du finden. Und ich habe Gott sei Dank jetzt etwas zu tun. Juhuuuuu

(<https://www.facebook.com/MicaelaSchaefer?fref=ts>)

Іншими засобами користуються учасники обговорення на фейсбуковій сторінці відомого актора Тіля Швайгера, який після футбольного матчу розташував пост, де він підтримує гру німецької команди. Під цим постом користувач на ім'я *Cody Milan Weiß* пише:

(127) <*Cody Milan Weiß*>: Müller ist der beste! So ein Spieler braucht jede Mannschaft!

<*Brate Nadim*>: Und dein Nachname ist sogar schlimmer als dein Vorname. *Ironie off* pruuuuuuuuuuuuuuuuust

<*Miriam Hoffmann*> НАНА НАНА НАНАНАНАНАНАНА *Brate Nadim* ich kann nicht mehr. Made my Day danke!!!

(<https://www.facebook.com/TilSchweiger/?fref=ts> *Til Schweiger*)

Технічними засобами передачі почуттів та емоцій слугують емотикони *gröl*, акроніми *lol* (*laugh out loud*), *g* <*grins*>, верхній регістр набору літер (НАААААWTF), повтори (*gg*), скупчення голосних/приголосних (*ohhhhhhhh*).

Слід звернути увагу на те, що деяким тактикам (насамперед тактикам припущення та глузування) притаманна саме підвищена емоційність. Тому використання невербальних засобів передачі емоцій не лише слугує конструюванню образливих висловлень, але й є індикатором наявності у висловленні стратегії завдання образи.

Проте великий потенціал різноманітних засобів передачі емоцій не надто часто використовується саме для реалізації тактики завдання образи. Однією з причин цього можна вважати відсутність будь-якої унормованості або, принаймні, усталеної традиції у використанні емотиконів. Тому їх вживання й дотепер визначається переважно індивідуальними комунікативними звичками і, як правило, не сприяє розпізнаванню інтенцій мовця.

Підсумовуючи сказане, зазначимо, що в інтернет-комунікації взагалі широко розповсюджені креолізовані тексти, в яких поєднуються вербальні та невербальні компоненти, що впливають на інтерпретацію тексту, а також технічні елементи оформлення тексту, що впливають на його смисл. Такі засоби (серед яких, в першу чергу, можна назвати інтернет-меми та демотиватори) часто використовуються для реалізації стратегії завдання образи.

3.6. Відхилення від мовної норми як дискурсивний прояв завдання образи

Орфографія потенційно є багатим ресурсом для експериментування в інтернет-дискурсі, і цей ресурс також використовується під час реалізації тактик завдання образи.

Одним із таких засобів є цілеспрямоване викривлення орфографічної норми користувачами інтернет-ресурсів під час асиметричної комунікації. На позначення цього явища Г. Гусейнов запропонував термін *ератив* (від лат. *errare* – «помилятися»). Такі слова або вирази є результатом креативної

мовленнєвої діяльності носіїв мови, що володіють літературною нормою [61].

Під час реалізації стратегії завдання образи цей прийом застосовується не надто часто. Коли такі випадки все ж трапляються, об'єктом ератизації стають переважно апелятиви-ніконіми. Нижче наведено приклад, де користувачка *Sina Maren Schlaegel* свідомо викривляє написання імені користувачки *Angelika Scheidel* проводячи алюзію між «новим» варіантом написання *Scheisel* та лексемою із образливим семантичним потенціалом *Scheiße*:

(128) <Angelika Scheidel>: *Weidlich man muß doch wissen was ihr da so rum schleimt.....die lacht sich eins und verdient ihr Geld damit*

<Sina Maren Schlaegel>: *Angelika Scheisel, tschuldigung Scheidel hat wohl keine Hobbys. Daniela nicht mögen, aber ihre Seite stalken <grin emoticon>*

<Angelika Scheidel>: *hahahahahaah Sina Maren Schlaegel*

(<https://www.facebook.com/katzenberger.daniela?fref=ts>)

Іншим нечастотним прийомом для реалізації стратегії завдання образи із використанням ніків є так звані **есхрофемізми**. За визначенням Г. Гусейнова, есхрофемізм – це така фігура мовлення, в якій будь-яке слово паронімічно, тобто за більш або менш віддаленою співзвучністю, або парасемічно, тобто за більш або менш віддаленій предметній схожості, перетворюється на лихослів'я [59], при цьому основне обценне значення лексеми або фраземи замінюється буденним за збереженням семантичної структури буденного і іллокутивної сили обценного слова [60, с. 235]. Есхрофемізми наближується до табуйованої лексики, оскільки експлікація підтексту відбувається досить легко через прямолінійність вживання компоненту з обценним забарвленням, проте є більш лінгвокреативним, ніж звичайне вживання слів-табу. В німецькомовному інтернет-середовищі такий прийом у більшості випадків використовується із залученням імені або ніку інтернет-користувача, або у якості передражнювання певної фрази або певного слова із попередньої репліки адресата:

(129) <Heinrich von Schimmelmann>: *Wo hast du das abgeschrieben Kind? Sag deinen Eltern das dir das Internet nicht gut tut. Selten so einen Bullshit gelesen, sry.*

<Gomgom>: *Das ging doch hoffentlich nicht an mich, Heinrich von Pimmelmann. Kümmere dich nicht um andere, ist mein Tipp an dich.*

<Heinrich von Schimmelmann>: *Fühl dich nicht provoziert geschweige angesprochen... ;)*

(<https://www.youtube.com/watch?v=Rh4UjtgG200>)

Ігри зі словами не обмежуються еративами та есхрофемізмами. У наступному прикладі стратегія завдання образи реалізується через калькування німецькою мовою англословного нікнейма адресата *MrHornet1980* («пан джміль», німецькою *herr hohlbrenner*):

(130) <iloveitall>: *wenn einer sagt, was alle wählen sollen, nennt man das diktatur. Nur ein Diktator geht sich mit Menschen wie mit Fliegen um. richtig, herr hohlbrenner? +> *Die Art deines Benehmens ist schlecht.**

<MrHornet1980> +iloveitall: *hat aber lange gedauert bis ihr systemtrolle auftaucht.....sag angela nen schönen gruß DU taugst nix ...viel zu langsam und faul, wie die herrin so das geschirr :D*

<Doc da Seltzam>: *es sind keine systemtrolle, es ist ein trollsysteem. schönen gruß zurück- sie hat allerdings erzählt, dass du nichts taugst. aussage gegen aussage.*

(<https://www.youtube.com/watch?v=RA-cJjMI8Mg>)

Загальнокультурні явища життя німців знаходять своє відображення і в німецькомовному секторі інтернет-дискурсу. Когнітивна рамка «СВІЙ – ЧУЖИЙ», «СВІЙ – ІНАКШИЙ» найчастіше зводиться до опозиції «культурний – некультурний» у тих випадках, коли в комунікацію вступають представники єдиної німецької лінгвокультури, проте різного походження. Відбувається це, в першу чергу, за участі німецькомовної молоді турецького походження. Варто зазначити, що так звана «турецька німецька» – не єдиний соціолект, який відрізняється агресивністю (*Krass-Deutsch, Kanak-Sprache, Hip-Hop-Deutsch*).

Агресивна лінія поведінки, імітація різних жаргонів та мовленнєвої поведінки різних соціальних верств, у першу чергу, молоді теж використовується для реалізації стратегії завдання образи. Виокремимо так звану «хіп-хоп німецьку» та відносно новий діалект, створений молоддю турецького походження («*Kanakendeutsch*», «*Türkenslang*», «*Kiez-Deutsch*»). Такі соціолекти вирізняються агресивністю (на мовному рівні це відбувається, наприклад, через погрози та образи); експліцитним вираженням домінантної позиції стосовно членів інших груп, провокативністю, насиченістю великою кількістю лайок та пейоративних лексем («*Spastis*», «*Opfer*», «*Jockel*», «*Assis*» для позначення тих, хто має іншу думку; «*Schlampe*» на адресу жінок). Серед мовних особливостей істотною є тенденція до скорочення синтаксичних конструкцій одночасно із зворотною тенденцією до надмірності компонентів мовлення, що лише в окремих випадках є проявом стилістичної гри (різні види повторів, емпатичного підкреслення, синтаксичної тавтології, полісиндетону), а частіше зводиться до надмірного мовлення у вигляді плеоназмів, тобто зайвого повторення однієї думки в рівнозначних виразах, або до солецизмів (порушення синтаксичної норми, що зводяться до звичайних мовних помилок); тенденція до «зрощування» різних лексем.

Новою нормою вважається також регулярне порушення правопису, наприклад, написання іменників з малої літери, відсутність розділових знаків або їхнє невірне вживання; поширене використання еліптичних конструкцій та елізій (*musste* замість *musst du*) та явища асиміляції (*valt voll alt = Kenne ich schon*). Нормою вважається не виправляти помилки, що трапились під час друку, якщо це не заважає розумінню.

Спостерігається випущення займенника, що слугує підметом, а також присвійних займенників, артиклів, прийменників; порушення порядку слів після сполучників типу «*weil, deswegen, trotzdem*». Проте саме такі порушення виявились основними фактами / об'єктами негативної оцінки під час конструювання стратегії завдання образи.

Нормою для нейтрального інтернет-спілкування стала відсутність займенників «*ich*» «*du*» «*wir*», оскільки форма впливає з контексту. Це тільки підтверджує важливість наявності цих елементів під час реалізації стратегії завдання образи. І дійсно, у більшості випадків реалізації такої стратегії займенники графічно виділені, що імплікує спробу додатково передати ставлення мовця до адресата і передати інтендований смисл. Тому наявність займенників є одним з найсуттєвіших індикаторів стратегії завдання образи, достатньо рівномірно використовуваних серед виокремлених нами тактик (найбільший показник у тактиках ураження, приниження та дискредитації).

У підсумку зазначимо, що *інтернет-дискурс* ми розуміємо як частину віртуального дискурсу, що характеризується такими самими особливостями, проте є обмеженою виключно інтернет-мережею. Це мисленнєво-комунікативний феномен, єдність процесу і результату мовленнєвої діяльності користувачів інтернет-платформ.

Інтернет-дискурс, так само як віртуальний дискурс, відображає низку притаманних культурі постмодерну характеристик, що впливають на реалізацію стратегії завдання образи. Серед таких особливостей ми виокремлюємо: анонімність (принаймні, часткову), що призводить до гри з ідентичністю та сприяє таким спорідненим стратегії завдання образи явищам, як тролінг; відсутність прямого контакту з комунікантом та неможливість адекватної передачі всіх позамовних інтеракційних показників, що притаманні безпосередньому контакту комунікантів; стиль модерації сайтів як компенсаторний механізм, за умов мінімальних ризиків користувачів та відсутності необхідності нести відповідальність за власні агресивні комунікативні дії; серед текстових характеристик виокремлюємо явище креолізації та гіпертекстуальності.

Висновки до розділу 3

1. Конститутивні особливості інтернет-дискурсу, що впливають на реалізацію стратегії завдання образи, можна поділити на дві групи: властивості, що характеризують інтернет-дискурс як когнітивно-комунікативну реальність особливого типу (електронний канал зв'язку, гіпертекстуальність), та властивості, що породжуються цим середовищем (дистантність, асинхронність, уривчастість, візуалізація, дескриптивність, інтердискурсивність, переважна анонімність; тенденція до оралізації, наявність своєрідних правил спілкування, поєднання статусно та особистісно орієнтованого дискурсів).

2. На мовленнєву поведінку учасників суттєво впливає переважна анонімність інтернет-дискурсу, сприяючи, зокрема, таким явищам, як завдання образи, а також флеймінг (агресивна суперечка, насичена особистими образами, яка зазвичай не має стосунку до початкової теми), тролінг (провокування учасників діалогу на сварку, причому троль приховує цей намір) та псевдотролінг (ситуація, коли комунікант відверто заявляє про свою схильність до тролінгу). Рівень модерації та ступень анонімності на конкретній інтернет-платформі суттєво впливають на реалізацію стратегії завдання образи.

3. Гіпертекстуальність сприяє реалізації стратегії завдання образи, надаючи комунікантам можливості, відсутні у реальному спілкуванні, і в той же час стримує учасників дискурсу, суттєво знижуючи рівень анонімності в інтернеті, оскільки часто надає можливість ознайомитися з профілем учасника в соцмережах, дізнатися про його реальне життя. З іншого боку, гіпертекстуальність часто порушує лінійність і послідовність спілкування, унеможливаючи розпізнавання і, відповідно, реалізацію стратегії завдання образи.

4. Інтертекстуальність як явище культури постмодернізму знаходить широке втілення в інтернет-дискурсі і серед іншого використовується як

засіб реалізації стратегії завдання образи. Особливо суттєву роль у реалізації стратегії завдання образи відіграють прецедентні імена, факти та події, які можуть слугувати індикаторами наявності такої стратегії.

5. Активне використання графічних елементів в інтернет-спілкуванні зумовлює так звану креолізацію мови, коли в одному мовленнєвому акті поєднуються вербальні та невербальні засоби. Разом із широким арсеналом емотиконів, смайлів та інших засобів передачі емоцій креолізована мова часто використовується для реалізації стратегії завдання образи в інтернет-дискурсі.

6. Оскільки спілкування в інтернеті за своїм характером належить здебільшого до усно-письмового типу, досить широко використовуються ігри зі словами, зокрема еративи та есхрофемізми із залученням нікнеймів адресатів. Всі ці засоби використовуються при реалізації стратегії завдання образи і можуть слугувати індикаторами її наявності.

Основні положення цього розділу відображено в працях автора [207; 209; 212; 213].

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Стратегія є комунікативним наміром мовця, сформованим на підставі використання суспільного досвіду для власних індивідуальних потреб і бажань, і, водночас, мовною об'єктивацією цього наміру. Глобальною стратегією у нашому дослідженні є конфронтація, локальною – стратегія завдання образи, яка, в свою чергу, реалізується в низці тактик за допомогою вербальних та графічних засобів інтернет-дискурсу. Завдання образи є конфронтаційною локальною стратегією, реалізованою мовцем з метою завдання емоційного болю адресату через негативну оцінку його особистості у цілому, окремих характеристик або поведінки. Мінімальною одиницею інтернет-дискурсу, що реалізує стратегію завдання образи, є контекстуалізоване висловлення, яке відповідає мовленнєвому акту, і якому притаманні такі ознаки: 1) наявність негативної оцінки (експліцитної або імпліцитної) адресата (соціальних груп, до яких він належить; його цінностей; особистих якостей; компетентності; гідності або його поведінки); 2) адресатом висловлення є учасник комунікативної ситуації.

Інтернет-дискурс є частиною віртуального дискурсу, що є обмеженим виключно інтернет-мережею. Це мисленнєво-комунікативний феномен, єдність процесу і результату мовленнєвої діяльності користувачів інтернет-платформ.

Аналіз семантичного простору лексеми *Beleidigung* / Образа демонструє, що ядерною семою цього поняття є заподіяння людині моральної шкоди. Диференційні семи корелюють з виділеними тактиками завдання образи, зокрема: 1) тактикою дискримінації, включно із таким її різновидом, як навішування ярликів; 2) тактикою приниження; 3) тактикою ураження; 4) тактикою спаплюження; 5) тактикою глузування; 6) тактикою дискредитації. Ця класифікація спирається на категорії, які співвідносяться з різними об'єктами образи: соціальна та групова приналежність (тактика

дискримінації); цінності, мораль, віросповідання, філософія, світогляд, вміння, смаки, інтереси (тактика спаплюження); зовнішність, ментальні здібності, особисті якості тощо (тактика ураження); компетентність, вміння, навички, результати праці (тактика дискредитації); честь і гідність суб'єкта (тактика приниження); суспільна і комунікативна поведінка (тактика глузування).

Образливі комунікативні внески здебільшого представлені комбінаціями тактик, тобто їх аранжуванням у ході реалізації стратегії завдання образи.

На мовленнєву поведінку учасників суттєво впливає переважна анонімність інтернет-дискурсу, сприяючи, зокрема, таким явищам, як завдання образи, а також флеймінг (агресивна суперечка, насичена особистими образами, яка зазвичай не має стосунку до початкової теми), тролінг (провокування учасників діалогу на сварку, причому троль приховує цей намір) та вперше описаний у роботі псевдотролінг (ситуація, коли комунікант відверто заявляє про свою схильність до тролінгу).

Активне використання графічних елементів в інтернет-спілкуванні зумовлює так звану креолізацію мови, коли в одному висловленні поєднуються вербальні та графічні засоби. Разом із широким арсеналом емотиконів та інших засобів передачі емоцій креолізована мова слугує для реалізації стратегії завдання образи в інтернет-дискурсі.

Серед мовних засобів стратегії завдання образи виокремлено групу універсальних засобів, які зустрічаються у всіх тактиках: займенники (найбільший показник у тактиках ураження, приниження та дискредитації), модальні частки (тактики ураження та дискримінації), модальні слова (тактики дискримінації та дискредитації), епістемічні дієслова (тактики ураження та дискредитації).

Індикатори стратегії завдання образи за структурно-семантичним критерієм поділяються на вербальні та графічні. До вербальних індикаторів належать:

а) лексико-граматичні: модальні частки, модальні слова; словотвір; аксіологічні предикати та їх еквіваленти, зокрема епістемічні слова; особовий займенник *wir*, що не інклюзує адресата; особові займенники 2-ї особи *du / ihr*, присвійні займенники *dein / euer* та *mein / unser*, неозначено-особові займенники; стилістично знижена лексика; негативно марковані в німецькій лінгвокультурі прецедентні імена; лексеми, що позначають приналежність до певної несхвалюваної мовцем групи; лексеми з пейоративним оцінним значенням; вигуки; есхрофемізми, основою яких є ніки та імена користувачів; сленгові деабревації; спунерізми; лексичні одиниці, що виражають знеособлену невизначеність;

б) синтаксично-пунктуаційні: еліпсис; інверсія; повтори; риторичні питання; наказовий спосіб дієслова та конструкція «*Solch (ein) X wie du*», де *X* – лексема з негативно-оцінним компонентом в структурі значення; використання розділових знаків з додатковою прагматичною метою.

Графічними індикаторами є зміна шрифту, використання верхнього регістру клавіатурного набору та емотикони.

Перспективи дослідження полягають у подальшому детальному вивченні стратегії завдання образи під час розгортання дискурсу в межах декількох мовленнєвих ходів із урахуванням зміни комунікативних ролей учасників; диференціації особливостей реалізації стратегії завдання образи в різних соціальних мережах інтернет-дискурсу; прицільному вивченні явища псевдотролінгу; класифікації тактик, що слугують ефективним засобом захисту у випадку реалізації стратегії завдання образи відносно певного інтернет-користувача.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Адамец П. Образование предложений из пропозиций в современном русском языке / П. Адамец. – Praha : Univ. Karlova, 1978. – 159 с.
2. Андреева Г.М. Социальная психология : учебник для высших учебных заведений / Г.М. Андреева. – [5-е изд., испр. и доп.]. – М. : Аспект Пресс, 2012. – 363 с.
3. Анипкина Л.Н. Оценочные высказывания в прагматическом аспекте / Л.Н. Анипкина // Филологические науки. – 2000. – № 2. – С. 58–65.
4. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на примере креолизованных текстов) : учеб. пособие [для студ. фак. иностр. яз. вузов] / Е.Е. Анисимова. – М. : Изд. центр «Академия», 2003. – 128 с.
5. Апресян Ю.Д. О регулярной многозначности / Ю.Д. Апресян // Известия АН СССР. Отделение литературы и языка. – М. : Изд-во АН СССР, 1971. – Т. XXX, Вып. 6. – С. 509–523.
6. Апресян Ю.Д. Избранные труды / Ю.Д. Апресян. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1995. – Т. I. Лексическая семантика. – 472 с.
7. Апресян В.Ю. Имплицитная агрессия в языке / В.Ю. Апресян // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии : междунар. конф. «Диалог 2003», 11–16 июня 2003 г.: тезисы докл. – М. : Наука, 2003. – С. 32–35.
8. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка / И.В. Арнольд. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2012. – 376 с.
9. Арутюнова Н.Д. Истоки, проблемы, категории прагматики / Н.Д. Арутюнова // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1985. – Вып. 16. Лингвистическая прагматика. – С. 3–43.
10. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт / Н.Д. Арутюнова. – М. : Наука, 1988. – 341 с.
11. Арутюнова Н.Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / [гл. ред. В.Н. Ярцева, 2-ое (репринт.)

- изд.] – М. : Большая Российская энциклопедия, 1998. – С. 136–137.
12. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека / Н.Д. Арутюнова. – [2-е изд., испр.]. – М. : Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
 13. Ахманова О.С. Естественные языки и постановка проблемы создания искусственного вспомогательного языка в эпоху научно-технической революции / О.С. Ахманова // Научно-техническая революция и функционирование языков мира. – М. : Наука, 1977. – С. 37–41.
 14. Бабенко Л.Г. Лексические средства обозначения эмоций в русском языке / Л.Г. Бабенко. – Свердловск : Урал. гос. ун-т, 1989. – 184 с.
 15. Баженова Е.А. Оппозиции свой-чужой в политическом дискурсе Е.А. Баженова, С.А. Лапчева // Материалы международной научной конференции. Екатеринбург, октябрь 2003 г. : тезисы докл. – Екатеринбург, 2003. – С. 16–19.
 16. Базылев В.Н. Национальная идентичность: фрагмент русской общественно-политической мысли / В.Н. Базылев // Известия УрГПУ. Лингвистика / [отв. ред. А.П. Чудинов]. – Екатеринбург : Уральский гос. пед. ун-т, 2005. – Вып. 16. – С. 5–12.
 17. Бальжирова Т.Ж. Интернет как средство социальной коммуникации в условиях формирующегося в России информационного общества : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. социол. наук : спец. 22.00.04 «Социальная структура, социальные институты и процессы» / Т.Ж. Бальжирова. – Улан-Удэ, 2003. – 21 с.
 18. Баранов А.Н. Лингвистическая экспертиза текста / А.Н. Баранов. – [3-е изд.]. – М. : Флинта-Наука, 2011. – 591 с.
 19. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества / М.М. Бахтин. – М. : Искусство, 1986. – 399 с.
 20. Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского / М.М. Бахтин. – СПб : Азбука-Аттикус, 2015. – 412 с.
 21. Безугла Л.Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовному діалогічному дискурсі : [монографія] / Л.Р. Безугла. – Харків : ХНУ

- імені В.Н. Каразіна, 2007. – 330 с.
22. Безугла Л.Р. Лінгвопрагматика дискримінації у публіцистичному дискурсі : [монографія] / Л.Р. Безугла, І.О. Романченко. – Харків : ФОП Лисенко І.Б., 2013. – 184 с.
 23. Белинская Е.П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью [Электронный ресурс] / Е.П. Белинская, А.Е. Жичкина. – 2004. – Режим доступа : <http://flogiston.ru>.
 24. Белоус Н.А. Конфликтный дискурс в коммуникативном пространстве: семантические и прагматические аспекты : автореф. дис. на соискание учен. степени доктора филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / Н.А. Белоус. – Краснодар, 2008. – 41 с.
 25. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В.М. Березин. – М. : РИП-Холдинг, 2003. – 174 с.
 26. Бернацкая А.А. К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние / А.А. Бернацкая // Речевое общение: Специализированный вестник / [Краснояр. гос. ун-т; под ред. А.П. Сковородникова]. – Красноярск : Красноярский ун-т, 2000. – Вып. 3 (11). – С. 104–110.
 27. Белова А.Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми систематики / А.Д. Белова // Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук. пр. – К. : КНУ ім. Тараса Шевченка, 2004. – С. 11–16.
 28. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти / Р.М. Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М. : Прогресс, 1987. – С. 88–125.
 29. Бодров А.А. Виртуальная реальность как когнитивный и социокультурный феномен : автореф. дис. на соискание учен. степени доктора филос. наук : спец. 09.00.01 «Онтология и теория познания» / А.А. Бодров. – Чебоксары, 2007. – 36 с.
 30. Бондаренко Е.Н. Анализ речевой стратегии дискредитации в лингвистической экспертизе (на примере Интернет-комментария)

- [Электронный ресурс] / Е.Н. Бондаренко // Филологические науки. Вопросы теории и практики : [в 3-х ч.]. – Тамбов : Грамота, 2014. – № 10(40), Ч. I. – С. 27–29. – Режим доступа : www.gramota.net/materials/2/2014/10-1/4.html.
31. Браславский П.И. Интернет как средство инкультурации и аккультурации / П.И. Браславский, С.Ю. Данилов // Взаимопонимание в диалоге культур: условия успешности : [в 2 ч.] / [под общ. ред. Л.И. Гришаевой, М.К. Поповой. – Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2004. – Ч. 1. – С. 215–228.
32. Бринев К.И. Проблема экспертной оценки оскорбления. Оскорбление в правосознании лингвиста. Оскорбление как речевой акт / К.И. Бринев // Юрислингвистика: судебная лингвистическая экспертиза, лингвоконфликтология : интернет-конференция, 2010 г. : тезисы докл. – 2010. – Режим доступа : http://konference.siberiaexpert.com/news/zakonchena_rabota_internet_konferencii_jurislingvistika_sudebnaja_lingvisticheskaia_ehkspertiza_lingvokonfliktologija_juridiko_lingvistika_2012/2012-12-30-62.
33. Бринев К.И. Судебная лингвистическая экспертиза : методология и методика : монография / К.И. Бринев. – М. : Флинта : Наука, 2014. – 297 с.
34. Бублик И.Ф. Вербальная дискриминация оппонента в политическом дискурсе Австрии / И.Ф. Бублик // Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. – 2012. – № 1003. – С. 6–10.
35. Бэрон Р.А. Агрессия / Р. Бэрон, Д. Ричардсон; [пер. с англ. С. Меленевская и др.]. – 2-е изд. – СПб : Питер, 2014. – 411 с. (Серия «Мастера психологии»).
36. Валгина Н.С. Теория текста : учебное пособие / Н.С. Валгина. – М. : Логос, 2004. – 280 с.
37. Васильев Л.М. Семантическая категория оценки и оценочные предикаты / Л.М. Васильев // Исследования по семантике:

- Семантические категории в русском языке. – Уфа : Башкир. гос. ун-т, 1996. – С. 55–62.
38. Вендлер З. Иллокутивное самоубийство / З. Вендлер // Новое в зарубежной лингвистике. – 1985. – Вып. 16. – С. 241–247.
39. Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения / Т.Г. Винокур. – М. : URSS Либроком, 2009. – 169 с.
40. Войскунский А.Е. Гуманитарный Интернет / А.Е. Войскунский // Гуманитарные исследования в Интернете / [под ред. А.Е. Войскунского]. – М. : Terra-Можайск, 2000. – С. 3-10.
41. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки / Е.М. Вольф. – М. : URSS Либроком, 2009. – 260 с.
42. Галичина Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках : на материале жанра компьютерных конференций : дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Галичина Елена Николаевна. – Астрахань, 2001. – 212 с.
43. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка / И.Р. Гальперин. – М. : USSR Либроком, 2012. – 375 с.
44. Гамзюк М.В. Емотивний компонент значення у процесі створення фразеологічних одиниць (на матеріалі німецької мови) : монографія / Гамзюк Микола Васильович. – К. : Київ. держ. лінгв. ун-т, 2000. – 255 с.
45. Гамзюк М.В. Емотивні характеристики лексичних одиниць сучасної німецької мови / М.В. Гамзюк // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського державного лінгвістичного університету. – К. : Видавничий центр КДЛУ, 2008. – С. 61–65.
46. Гвоздиков Р.Н. Виртуальная реальность как модулятор социума : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филос. наук : спец. 09.00.11 «Социальная философия и философия истории» / Р.Н. Гвоздиков. – Ставрополь, 2005. – 25 с.
47. Гладуш Н.Ф. Прототипова модель англійських Інтернет ніконімів /

- Н.Ф. Гладуш, Є.А. Галицька // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики : зб. наук. пр. – К. : Логос, 2012. – С. 102–111.
48. Голев Н.Д. Актуальные проблемы юрислингвистической экспертизы / Н.Д. Голев // Юрислингвистика-3: Проблемы юрислингвистической экспертизы. – Барнаул : АГУ, 2002. – С. 5–13.
49. Голиков А.С. Демотиваторы в интернет-коммуникации: генезис, смыслы, типология / А.С. Голиков, А.А. Калашникова // Вестник Хакасского гос. ун-та им. Н.Ф. Катанова. – 2010. – Вып. 16. – С. 124–130.
50. Головина Л.В. Взаимовлияние иконических и вербальных знаков при смысловом восприятии текста : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / Л.В. Головина. – М., 1986. – 21 с.
51. Горелов И.Н. Основы психолінгвістики / И.Н. Горелов, К.Ф. Седов. – М. : Лабиринт, 2001. – 224 с.
52. Горошко Е.И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии / Е.И. Горошко // Жанры речи. – Саратов : Наука, 2009. – Вып. 6. Жанр и язык. – С. 111–127.
53. Горошко Е.И. Виртуальное Жанроведение: устоявшееся и спорное / Е.И. Горошко, Е.А. Жигалина // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Т. 24 (63), № 1. – Ч. 1. – С. 105–124.
54. Григорьева В.С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты : [монография] / В.С. Григорьева. – Тамбов : Тамбов. гос. техн. ун-т, 2007. – 288 с.
55. Гридина Т.А. Принципы лингвокогнитивного анализа конфликтного высказывания / Т.А. Гридина, В.С. Третьякова // Юрислингвистика-3: Проблемы юрислингвистической экспертизы. – Барнаул : АГУ, 2002. – С. 55–64.

56. Гришаева Л.И. Прецедентные феномены как культурные скрепы (к типологии прецедентных феноменов) / Л.И. Гришаева // Феномен прецедентности и преемственность культур / [под. общ. ред. Л.И. Гришаевой, В.Т. Поповой, В.Т. Титова]. – Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2004. – С. 15–46.
57. Гришаева Л.И. Введение в теорию межкультурной коммуникации / Л.И. Гришаева, Л.В. Цурикова. – [5-е изд., испр. и доп.]. – М. : Академия, 2008. – 351 с.
58. Гудков Д.Б. Прецедентное имя и проблемы прецедентности / Д.Б. Гудков. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1999. – 152 с.
59. Гусейнов Г.Ч. Заметки к антропологии русского Интернета: особенности языка и литературы сетевых людей [Электронный ресурс] / Г.Ч. Гусейнов. – 2000. – Режим доступа : <http://magazines.russ.ru/nlo/2000/43/main8.html> (дата обращения: 10.11.2016).
60. Гусейнов Г.Ч. Советские идеологемы в русском дискурсе 1990-х / Г.Ч. Гусейнов. – М. : Три квадрата, 2003. – 272 с.
61. Гусейнов Г.Ч. Неполная коммуникация в блогосфере: эрративы и литуративы [Электронный ресурс] / Г.Ч. Гусейнов // Архивы форума «Говорим по-русски». – 2008. – Режим доступа : <http://speakrus.ru/gg/litulative.htm>. – Загл. с экрана (дата обращения: 10.11.2009).
62. Дедова О.В. Лингвистическая концепция гипертекста: основные понятия и терминологическая парадигма / О.В. Дедова // Вестник Моск. ун-та. Сер. 9 : Филология. – 2001. – Вып. № 4. – С. 22–36.
63. Дейк ван Т.А. К определению дискурса. [Электронный ресурс] / Т.А. ван Дейк. – 1998. – Режим доступа : <http://www.nsu.ru/psych/internet/bits/vandijk2.html>
64. Дейк ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. ван Дейк; [сост. В.В. Петрова; под ред. В.И. Герасимова; вступ. ст. Ю.Н. Караулова и В.В. Петрова; пер. с англ.]. – 2-е изд. – М. : URSS ЛЕНАНД, 2015. –

309 с.

65. Демьянков В.З. Конвенции, правила и стратегии общения: (Интерпретирующий подход к аргументации) // В.З. Демьянков // Изв. АН СССР. Сер. литературы и языка. – 1982. – Т. 41, № 4. – С. 327–337.
66. Демьянков В.З. Понимание как интерпретирующая деятельность / В.З. Демьянков // Вопросы языкознания. – 1983. – № 6. – С. 58–67.
67. Дискурс как когнитивно-коммуникативный феномен : [кол. монография / науч. ред. И.С. Шевченко]. – Харьков : Константа, 2006. – 356 с.
68. Докинз Р. Эгоистичный ген / Р. Докинз. – М. : АСТ, 2015. – 509 с.
69. Донец П.Н. Сигналы «чужого» в межкультурной коммуникации / П.Н. Донец // Межкультурная коммуникация и проблемы национальной идентичности. – Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2002. – С. 42–48.
70. Дымарский М.Я. Проблемы текстообразования и художественный текст: на материале русской прозы XIX–XX вв. / М.Я. Дымарский. – [3-е изд., испр.] – М.: URSS КомКнига, 2006. – 293 с.
71. Ейгер Г.В. К построению типологии текстов / Г.В. Ейгер, В.Л. Юхт // Науч. конф. «Лингвистика текста» : тезисы докл. – М. : МГПИИЯ им. М. Тореза, 1974. – Ч. I. – С. 103–110.
72. Жельвис В.И. Эмотивный аспект речи. Психологическая интерпретация речевого воздействия / В.И. Жельвис. – Ярославль : ЛГПИ им. А.И. Герцена, 1990. – 81 с.
73. Жельвис В.И. Психолингвистическая интерпретация инвективного воздействия : автореф. дис. на соискание учен. степени доктора филол. наук : спец. 10.02.19 «Общее языкознание, социолингвистика, психолингвистика» / В.И. Жельвис. – М., 1992. – 51 с.
74. Жичкина А.Е. Взаимосвязь идентичности и поведения в интернете пользователей юношеского возраста : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. психол. наук : спец. 19.00.05 «Социальная психология» / А.Е. Жичкина. – М., 2001. – 25 с.

75. Зализняк А.А. О семантике щепетильности (обидно, совестно и неудобно на фоне русской языковой картины мира) / А.А. Зализняк // Логический анализ языка: Языки этики. – М.: Языки русской культуры, 2000. – С. 101–118.
76. Застровська С.О. Pragmalinguistik (Прагмалінгвістика) / С.О. Застровська, О.А. Застровський, О.А. Зубач. – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т імені Лесі Українки, 2013. – 204 с.
77. Захаренко И.В. Прецедентное высказывание и прецедентное имя как символы прецедентных феноменов / И.В. Захаренко, В.В. Красных, Д.Б. Гудков, Д.В. Багаева // Язык, сознание, коммуникация. – М.: МаксПресс, 1997. – Вып. 1. – С. 82–103.
78. Зеленова О.А. Стратегическое общение: концепт «самоуважение» в американской межличностной идеологии / О.А. Зеленова // Аксиологическая лингвистика: проблемы коммуникативного поведения : сб. науч. тр. – Волгоград : Перемена, 2003. – С. 89–93.
79. Зенкова А.Ю. Визуальная метафора в социально-политическом дискурсе: методологический аспект / А.Ю. Зенкова // Многообразие политического дискурса. – Екатеринбург, 2004. – С. 39–54.
80. Зернецкий П.В. Единицы речевой деятельности в диалогическом дискурсе / П.В. Зернецкий // Языковое общение: Единицы и регулятивы. – Калинин, 1987. – С. 89–95.
81. Зернецкий В.П. Лингвистические аспекты теории речевой деятельности / В.П. Зернецкий // Языковые процессы и единицы : межвуз. сб. науч. тр. – Калинин : КГУ, 1988. – С. 36–41.
82. Иванов А.Е. Философские и психологические аспекты виртуальной и социальной реальности и их взаимосвязи : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филос. наук : спец. 09.00.11 «Социальная философия» / А.Е. Иванов. – М., 2004. – 30 с.
83. Иванова Ю.М. Стратегии речевого воздействия в жанре предвыборных теледебатов : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Иванова Юлия

- Михайловна. – Волгоград, 2003. – 137 с.
84. Изард К.Э. Психология эмоций / К.Э. Изард; [пер. с англ.]. – СПб. : Питер, 2006. – 460 с.
 85. Ильясова С.В. Языковая игра в «сетевых языках» / С.В. Ильясова, Е.В. Каллистратидис // Интернет-коммуникация как новая речевая формация. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2014. – С. 220–236.
 86. Иссерс О.С. Паша-"Мерседес", или речевая стратегия дискредитации / О.С. Иссерс // Вестник Омского ун-та. – 1997. – Вып. 2. – С. 51–54.
 87. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – [Изд. 7-е]. – М. : ЛЕНАНД, 2015. – 299 с.
 88. Ишмуратова И.Р. Сущность культурной идентичности человека в среде Интернет-коммуникации : дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01 / Ишмуратова Ирма Рустамовна – Казань, 2006. – 184 с.
 89. Йоргенсен М.В. Дискурс-анализ. Теория и метод / М.В. Йоргенсен, Л.Дж. Филлипс; [пер. с англ. А.А. Киселева]. – Харьков : Гуманитарный центр, 2008. – 352 с.
 90. Казарцева О.М. Культура речевого общения: теория и практика обучения : учеб. пособие / О.М. Казарцева. – М. : Флiнта : Наука, 1998. – 496 с.
 91. Карасик В.И. О типах дискурса / В.И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. / [под ред. В.И. Карасика, Г.Г. Слышкина]. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 5–20.
 92. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепт, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
 93. Карасик В.И. Дискурсивная персонология / В.И. Карасик // Язык, коммуникация и социальная среда. – Воронеж : ВГУ, 2007. – Вып. 5. – С. 78–86.
 94. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – [Изд. 4-е, стереотип.]. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 264 с.
 95. Кастельс М. Информационная эпоха : экономика, общество и

- культура / М. Кастельс ; [пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана]. – М. : ГУВШЭ, 2000. – 606 с.
96. Кастельс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс ; [пер. с англ. А. Матвеева; под ред. В. Харитонова]. – Екатеринбург : У-Фактория, 2004. – 328 с.
97. Кестер-Тома З. Стандарт, субстандарт, нонстандарт [Электронный ресурс] / З. Кестер-Тома // Русистика. – Берлин, 1993. – № 2. – С. 15–31. – Режим доступа : <http://www.philology.ru/linguistics2/koester-93.htm>.
98. Козловський В.В. Прагматика оцінного значення та риса характеру мовця / В.В. Козловський // Сучасна германістика: теорія і практика : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 7–8 листоп. 2012 р. – Дніпропетровськ : Біла К.О., 2012. – С. 17–19.
99. Козловский В.В. Коммуникативно-прагматический аспект предложений с претеритальным конъюнктивом в современном немецком языке / В.В. Козловский // Науковий Вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. – Одеса, 2015. – Вип. 16. – С. 121–125.
100. Койт М.Э. Понятие коммуникативной стратегии в модели общения / М.Э. Койт, Х.Я. Ыйм // Психологические проблемы познания действительности. TrBitte lern Deutsch undudy по искусственному интеллекту / Ученые записки Тартуского гос. ун-та. – Тарту, 1988. – № 793. – С. 97–111.
101. Костомаров В.Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики / В.Г. Костомаров. – М. : Гардарики, 2005. – 287 с.
102. Ключев Е.В. Речевая коммуникация / Е.В. Ключев. – М. : ПРИОР, 1998. – 224 с.
103. Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации / В.В. Красных. – М. : Гнозис, 2001. – 270 с.
104. Красных В.В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология : лекционный курс / В.В. Красных. – М. : Гнозис, 2002. – 340 с.

105. Креч Д. Нравственность, агрессия, справедливость / Д. Креч, Р. Кратчфилд, Н. Ливсон // Элементы психологии. – М., 1992. – С. 54–62.
106. Криворучко С.І. Лінгвопрагматичні властивості перлокутивних оптимізаторів у сучасному німецькомовному дискурсі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / С.І. Криворучко. – Харків, 2011. – 20 с.
107. Криворучко С.И. Система речевого воздействия в терминах теории речевых актов / С.И. Криворучко // Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія : Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – Харків, 2014. – № 1102. – С. 50–57.
108. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман / Ю. Кристева // Вестник МГУ. Сер. 9 : Филология. – 1995. – № 1. – С. 97–124.
109. Кронгауз М. Мемы в интернете: опыт деконструкции [Электронный ресурс] / М. Кронгауз // Наука и жизнь. – М., 2012. – № 11. – Режим доступа : <http://www.nkj.ru/archive/articles/21327/>.
110. Крысанова Т.А. Высказывания, содержащие отрицательную оценку адресата, в современном английском языке (коммуникативно-прагматичный аспект) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Крысанова Татьяна Анатольевна. – Луцк, 1999. – 182 с.
111. Крысин Л.П. Речевое общение и социальные роли говорящих / Л.П. Крысин // Социально-лингвистические исследования. – М. : Наука, 1976. – С. 42–52.
112. Кузьмина Н.А. Интертекст и его роль в процессах эволюции поэтического языка / Н.А. Кузьмина. – [Изд. 5-е]. – М. : URSS ЛИБРОКОМ, 2009. – 268 с.
113. Кусов Г.В. Оскорбление как иллокутивный лингвокультурный концепт : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / Кусов Геннадий Владимирович. – Волгоград, 2004. – 27 с.

114. Лазарева Э.А. Стилистика рекламы : учеб. пособие / Э.А. Лазарева. – Екатеринбург : Урал. ун-т, 2004. – 84 с.
115. Лазуткина Е.М. Коммуникативные цели, речевые стратегии, тактики и приемы / Е.М. Лазуткина // Культура русской речи / [под ред. Е.Н. Ширяева]. – М. : Ин-т языкознания РАН, 1998. – С. 72–82.
116. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон ; [пер. с англ. ; под ред. и с предисл. А.Н. Баранова]. – М. : URSS Изд-во ЛКИ, 2008. – 252 с.
117. Леонтович О.А. Компьютерный дискурс: языковая личность в виртуальном мире / О.А. Леонтович // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. / [под ред. В.И. Карасика, Г.Г. Слышкина]. – Волгоград : Перемена 2000. – С. 191–200.
118. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики / А.А. Леонтьев. – М. : Смысл, 2008. – 287 с.
119. Леонтьев В.В. Стратегии невежливой коммуникации в компьютерном дискурсе / В.В. Леонтьев // Человек. Язык. Культура : сб. науч. ст., посвященных юбилею проф. В.И. Карасика: в 2-х ч.; [отв. соред. В.И. Колесов, М.Влад. Пименова, В.И. Теркулов]. – К. : Издательский дом Д. Бураго, 2013. – Ч. 1. – С. 714–723.
120. Лукашенко Н.Г. Испаномовний Інтернет-дискурс: комунікативно-прагматичний та лінгвостилістичний аспекти (на матеріалі форумів з проблематики родинних стосунків) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.05 «Романські мови» / Н.Г. Лукашенко. – К., 2006. – 20 с.
121. Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса : [монография] / О.В. Лутовинова. – Волгоград : ВГПУ «Перемена», 2009. – 477 с.
122. Макаров М.Л. Основы теории дискурса / М.Л. Макаров. – М. : Гнозис, 2003. – 280 с.

123. Маковский М.М. Феномен ТАБУ в традициях и в языке индоевропейцев: сущность, формы, развитие / М.М. Маковский. – [Изд. 4-е]. – М. : URSS ЛИБРОКОМ, 2012. – 275 с.
124. Малая О.Ю. Неввічливість, грубість та «робота з обличчям» як об'єкти досліджень першого та другого порядку / О.Ю. Малая // Записки з романо-германської філології. – Одеса, 2012. – № 29. – С. 96–103.
125. Малая О.Ю. Стратегії позитивної ввічливості у дискурсі німецькомовних Інтернет-форумів / О.Ю. Малая // Наукові записки Луганського національного університету. Сер. : Філологічні науки : зб. наук. пр. [Пред'явлення світу в гуманітарних дискурсах ХХІ століття] / Луган. нац. ун-т. імені Тараса Шевченка. – Луганськ : Альма-матер, 2008. – Т. 3, Вип. 7. – С. 66–80.
126. Малая О.Ю. Теорія «обличчя» як методологічне підґрунтя дослідження реалізації стратегій ввічливості та невічливості у німецькомовному інтернет-дискурсі / О.Ю. Малая // Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія: Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – Харків, 2011. – № 973. – С. 51–56.
127. Мартинюк А.П. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики / А.П. Мартинюк. – Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна. 2012. – 195 с.
128. Мартынюк А.П. Разграничение текста и дискурса с позиций интеграционного подхода / А.П. Мартынюк // Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія: Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – Харків, 2009. – № 866. – С. 49–54.
129. Мартынюк А.П. Стратегия как базовый инструмент когнитивного анализа коммуникации / А.П. Мартынюк // Записки з романо-германської філології. – Одеса, 2015. – Вип. 1 (34). – С. 80–89.
130. Маслоу А. Психология бытия / А. Маслоу. – М. : Рефл-бук; Киев : Ваклер, 1997. – 304 с.
131. Матвеева Т.В. Лексическая экспрессивность в языке : учеб. пособие по

- спецкурсу / Т.В.Матвеева. – Свердловск : УрГУ, 1986. – 92 с.
132. Матецкая А.В. Социология культуры : учеб. пособие / А.В. Матецкая, С.И. Самыгин. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2007. – 317 с.
133. Мельникова А.В. Иконические знаки и сокращения в виртуальном общении / А.В. Мельникова // Концептосфера и языковая картина мира / [отв. ред. Е.А. Пименов, М.В. Пименова]. – Кемерово : КемГУ, 2006. – С. 214–218.
134. Месхишвили Н.В. Экспрессивные средства письменной коммуникации : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Общее языкознание, социолингвистика, психолингвистика» / Н.В. Месхишвили. – М., 1990. – 27 с.
135. Миронова Н.Н. Структура оценочного дискурса : автореф. дис. на соискание учен. степени доктора филол. наук : спец. 10.02.19 «Общее языкознание, социолингвистика, психолингвистика» / Н.Н. Миронова. – М., 1998. – 44 с.
136. Морозова Е.И. Дискурс как онтологическая сущность и дискурсивный анализ как методологический подход к анализу языка / Е.И. Морозова // Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія: Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – Харків, 2003. – № 611. – С. 92–96.
137. Морозова Е.И. Ложь как дискурсивное образование: лингвокогнитивный аспект : [монография] / Е.И. Морозова. – Харьков : Экограф, 2005. – 300 с.
138. Морозова О.І. Лінгвальні аспекти неправди як когнітивно-комунікативного утворення (на матеріалі сучасної англійської мови) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / О.І. Морозова. – К., 2008. – 32 с.
139. Морозова Е.И. Мироззренческие параллели в трактовке содержания терминов «дискурс», «контекст», «ситуация» / Е.И. Морозова // Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія: Романо-германська філологія.

- Методика викладання іноземних мов. – Харків, 2010. – № 897(62). – С. 99–105.
140. Морозова Е.И. Лингвокогнитивные механизмы и дискурсивные эффекты дистанцирования говорящего / Е.И. Морозова // Нова філологія. – Запоріжжя : ЗНУ, 2014. – № 66. – С. 134–145.
141. Мэй Р. Сила и невинность: в поисках истоков насилия / Р. Мэй. – М. : Смысл, 2001. – 319 с.
142. Мягкова Е.Ю. Когнитивная теория эмоций: новые возможности исследования эмоциональности лексики / Е.Ю. Мягкова // Психолингвистические проблемы семантики. – Тверь, 1990. – С. 110–115.
143. Нахимова Е.А. Прецедентные имена в массовой коммуникации : [монография] / Е.А. Нахимова; ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т»; Ин-т социального образования. – Екатеринбург, 2007. – 207 с.
144. Овсієнко Л.О. Аксіологічні стратегії й тактики в конфліктній ситуації німецькомовного діалогічного дискурсу / Л.О. Овсієнко // Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград, 2015а. – Вип. 138. – С. 118–120.
145. Овсієнко Л.О. Експліцитно виражена оцінка в контексті німецькомовного діалогічного дискурсу / Л.О. Овсієнко // Мовознавчий вісник : зб. наук. пр. – Черкаси : ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2015б. – Вип. 20. – С. 136–140.
146. Осовська І.М. Пейоративи в німецькомовному матримоніальному сімейному спілкуванні / І.М. Осовська // Науковий вісник Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки. Серія: Філологічні науки (мовознавство). – Луцьк, 2012. – Вип. 22 (247). – С. 76–80.
147. Пилипенко Р.Є. Інституційний комунікативний простір Німеччини (фахова мова економіки) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Р.Є. Пилипенко. – К., 2007. – 40 с.

148. Пірог І.І. Комунікативні стратегії і тактики у сучасному німецькому політичному дискурсі / І.І. Пірог // Матеріали ІІ Всеукр. наук.-практ. конф. «Сучасні наукові парадигми», 15 березня, 2011 р., м. Горлівка; редкол. : О.Ф. Таукчі (відп. ред.). – Горлівка : Вид-во ГДППМ, 2011. – С. 96–99.
149. Пойманова О.В. Семантическое пространство видеовербального текста : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Общее языкознание, социолінгвістика, психолінгвістика» / О.В. Пойманова. – М., 1997. – 24 с.
150. Почепцов О.Г. Основы прагматического описания предложения / О.Г. Почепцов. – К. : Вищ. шк., 1986. – 116 с.
151. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації / Г.Г. Почепцов. – К. : Видавничий центр «Київський університет», 1999. – 308 с.
152. Почепцов Г.Г. Информационные войны. Новый инструмент политики / Г.Г. Почепцов. – М. : Алгоритм, 2015. – 256 с.
153. Приходько А.Н. Синтаксис естественного языка в фокусе когнитивно-дискурсивной парадигмы / А.Н. Приходько // Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія: Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – Харків, 2003. – Вип. 609. – С. 84–89.
154. Приходько А.Н. Дискурс як багатовимірне мовленнєве утворення. Теоретична та прикладна лінгвістика / А.Н. Приходько. – К. : Вид-во УІЛМ, 2006. – № 4. – С. 30–41.
155. Приходько А.М. Когнітивно-комунікативний дуалізм сучасної парадигми лінгвістики / А.М. Приходько // Науковий вісник Східноєвропейського нац. ун-ту імені Лесі Українки. Сер.: Філологічні науки. Мовознавство. – Луцьк : Вежа, 2012. – Вип. 23. – С. 191–197.
156. Приходько Г.І. Оцінка і комунікація : посіб. для студентів та аспірантів уклад. / Г.І. Приходько. – Вінниця : Нова Книга, 2013. – 168 с..
157. Рассел Б. Человеческое познание / Б. Рассел. – М. : Издательство иностр. лит-ры, 1957. – 555 с.

158. Реан А.А. Агрессия и агрессивность личности / А.А. Реан // Психологический журнал. – 1996. – № 5. – С. 3–18.
159. Рыжков М.С. Речевые стратегии участников синхронного интернет-дискурса (на материале русско- и англоязычных чатов) : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / М.С. Рыжков. – Воронеж, 2010. – 25 с.
160. Рыжков М.С. Речевые стратегии и тактики интернет-коммуникации (на материале чатов) / М.С. Рыжков // Интернет-коммуникация как новая речевая формация. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2014. – С. 72–86.
161. Свиридова Л.В. Актуальність лінгвістичних досліджень у судово-експертній практиці / Л.В. Свиридова // Криміналістика і судебна експертиза. – К., 2013. – Вып. 58, ч. 2. – С. 267–269.
162. Седов К.Ф. Речевая агрессия в повседневной коммуникации / К.Ф. Седов // Речевая агрессия в современной культуре. – Челябинск : Челябин. гос. ун-т, 2005. – С. 32–41.
163. Сідак О.О. Роль комічного ефекту в реалізації конфронтаційної стратегії англійської політичної образи : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Сідак Олеся Олександрівна. – Харків, 2013. – 204 с.
164. Сидорова М.Ю. Интернет-лингвистика : русский язык. Межличностное общение / М.Ю. Сидорова. – М. : 1989.ru, 2006. – 193 с.
165. Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса / [под. ред. Т.Н. Ушаковой, Н.Д. Павловой]. – СПб. : Алетейя, 2000. – 320 с.
166. Слышкин Г.Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе / Г.Г. Слышкин. – М. : Academia, 2000. – 125 с.
167. Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты : [монография] / Г.Г. Слышкин. – Волгоград : Перемена, 2004. – 340 с.
168. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры : Динамические процессы в языке и системе журналистики : дис. ... докт. филол. наук : 10.01.10 / Сметанина Светлана Ивановна, 2002. – 378 с.

169. Смирнов Ф.О. Искусство общения в Интернет. Краткое руководство / Ф.О. Смирнов. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2006. – 240 с.
170. Смирнова Е.С. Высказывание-оскорбление: коммуникативно-функциональный аспект: (на материале современного английского языка) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Смирнова Елизавета Сергеевна. – К., 1993. – 235 с.
171. Солощук Л.В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англomовному дискурсі : [монографія] / Солощук Людмила Василівна. – Харків : Константа, 2006. – 300 с.
172. Сонин А.Г. Экспериментальное исследование поликодовых текстов: основные направления / А.Г. Сонин // Вопросы языкознания. – М., 2005. – № 6. – С. 115–123.
173. Сонин А.Г. Эволюция поликодовых текстов: от воздействия к взаимодействию / А.Г. Сонин, Д.С. Мичурин // Вопросы психолингвистики. – 2012. – № 2(16). – С. 164–183.
174. Сорокин Ю.А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – М. : Наука, 1990. – С. 180–186.
175. Сорокин Ю.А. Прецедентный текст как способ фиксации языкового сознания / Ю.А. Сорокин, И.М. Михалева // Язык и сознание парадоксальная рациональность. – М. : Институт языкознания, 1993. – С. 98–117.
176. Сорокин Ю.А. Этническая конфликтология / Ю.А. Сорокин. – Самара : Русский лицей, 1994. – 94 с.
177. Старикова Е.Н. Имплицитная предикативность в современном английском языке / Е.Н. Старикова. – К. : Вищ. шк., 1974. – 142 с.
178. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие / И.А. Стернин. – Воронеж : ИПЦМОУВЭПИ, 2001. – 252 с.
179. Стернин И.А. К разработке модели контрастивного описания национального коммуникативного поведения / И.А. Стернин //

- Аксиологическая лингвистика: проблемы коммуникативного поведения : сб. науч. тр. – Волгоград : Перемена, 2003. – С. 5–15.
180. Стернин И.А. Оскорбление в теории и практике судебных лингвистических экспертиз / И.А. Стернин // Коммуникативные исследования 2004. – Воронеж : Изд-во ВГУ, 2004. – С. 191–199.
181. Стернин И.А. Оскорбление и неприличная языковая форма как предмет лингвистической экспертизы (бытовое и юридическое понимание) / И.А. Стернин // Антропотекст-1. – Томск : Изд-во Томского ун-та, 2006. – С. 339–353.
182. Стернин И.А. О понятии «неприлична форма высказывания» в лингвистической экспертизе / И.А. Стернин // Воронежский адвокат. – 2010. – № 1. – С. 16–21.
183. Стернин И.А. Методы описания семантики слова / И.А. Стернин. – Ярославль : Истоки, 2013. – 34 с.
184. Супрун А.Е. Текстовые реминисценции как языковое явление / А.Е. Супрун // Вопросы языкознания. – 1995. – № 6. – С. 17–29.
185. Сусов И.П. Введение в языкознание : учебник для студ. лингв. и филол. спец. / И.П. Сусов. – М. : АСТ: Восток – Запад, 2007. – 379 с.
186. Сусов И.П. Лингвистическая прагматика / И.П. Сусов. – Винница : Нова Книга, 2009. – 272 с.
187. Сухих С.А. Речевые интеракции и стратегии / С.А. Сухих // Языковое общение и его единицы. – Калинин : Калинин. гос. ун-т, 1986. – С. 71–77.
188. Таратута Е.Е. Социальный смысл виртуальной реальности : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филос. наук : спец. 09.00.11 «Социальная философия» / Е.Е. Таратута. – СПб. : Санкт-Петербургский гос. ун-т, 2003. – 31 с.
189. Телия В.Н. Семантика связанных значений слов и их сочетаемости / В.Н. Телия // Аспекты семантических исследований. – М. : Наука, 1980. – С. 250–319.

190. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В.Н. Телия. – М. : Наука, 1986. – 143 с.
191. Темнова Е.В. Современные подходы к изучению дискурса / Е.В. Темнова // Язык, сознание, коммуникация : [сб. ст. / отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов]. – М. : МАКС Пресс, 2004. – Вып. 26. – С. 24–33.
192. Тульчинский Г.Л. Слово и тело постмодернизма. От феноменологии невменяемости к метафизике свободы / Г.Л. Тульчинский // Вопросы философии. – 1999. – № 10. – С. 35–53.
193. Успенский Б.А. Религиозно-мифологический аспект русской экспрессивной фразеологии. Семантика русского мата в историческом освещении / Б.А. Успенский // *Semiotics and the history of culture*. – Ohio : Slavica Publishers Inc, 1998. – Т. 2. – 437 p.
194. Фадеева О.В. Стратегії й тактики конфліктного дискурсу (на матеріалі сучасної англійської мови) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / О.В. Фадеева. – К., 2000. – 18 с.
195. Федоренко О.В. Категорія емоційної оцінки в реалізації комунікативних завдань журналіста / О.В. Федоренко // Вісник Львівського університету: Сер. Журналістика. – 2011. – Вип. 34, ч. 1. – С. 242–248.
196. Федорова Л.Л. Прямое выражение агрессии в речевом общении / Л.Л. Федорова // Агрессия в языке и речи. – М. : РГГУ, 2004. – С. 219–232.
197. Федотова Н.Н. Кризис идентичности в условиях глобализации / Н.Н. Федотова // Человек. – 2003. – № 6. – С. 50–58.
198. Формановская Н.И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика / Н.И. Формановская. – М. : ИКАР, 2007. – 478 с.
199. Фролова І.Є. Стратегія конфронтації в англійському дискурсі : [монографія] / І.Є. Фролова. – Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна,

2009. – 344 с.
200. Фролова И.Е. Дискурсивная стратегия как инструмент реализации межличностной функции / И.Е. Фролова // *Science and Education a New Dimension: Philology*, 1 (2). – Budapest, 2013. – P. 62–66.
201. Фролова І.Є. Регулятивний потенціал стратегії конфронтації в англomовному дискурсі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / І.Є. Фролова. – Харків, 2015. – 36 с.
202. Фуко М. Археология знания / М. Фуко. – К. : Ника-Центр, 1996. – 208 с.
203. Хабермас Ю. Теория коммуникативного действия (Фрагменты) / Ю. Хабермас ; [пер. А.Б. Рахманова] // *Личность. Культура. Общество: журнал*. – 2004. – № 1 (21). – С. 303–312.
204. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас ; [пер. с нем. Д. В. Скляднев]. – СПб. : Наука, 2006. – 377 с.
205. Хидекель С.С. Оценочный компонент лексического значения слова / С.С. Хидекель, Г.Г. Кошель // *Иностранные языки в школе*. – 1981. – № 4. – С. 7–10.
206. Хорошилова М.В. Когнітивні засади втілення комунікативної стратегії завдання образи в німецькомовному дискурсі / В.М. Хорошилова // *Наукові записки Нац. ун-ту «Острозька академія». Сер. : Філологічна*. – Острог, 2013. – Вип. 33. – С. 146–149.
207. Хорошилова В.М. Дискурсивні особливості реалізації стратегії завдання образи як підтипу невічливості в інтернет-просторі / В.М. Хорошилова // *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія : Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов*. – Харків, 2014а. – Вип. 77, № 1102. – С. 100–106.
208. Хорошилова В.М. Методологія дослідження стратегії завдання образи в німецькомовному інтернет-дискурсі / В.М. Хорошилова // *Записки з*

- романо-германської філології. – Одеса : Одеський національний університет імені І.І. Мечникова, 2014б. – Вип. 2(33). – С. 132–140.
209. Хорошилова В.М. Вплив особливостей інтернет-дискурсу на реалізацію стратегії завдання образи / В.М. Хорошилова // Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Сер. : Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов. – Харків, 2015а. – Вип. 81. – С. 182–191.
210. Хорошилова В.М. Методи і етапи дослідження стратегії завдання образи в німецькомовному інтернет-дискурсі / В.М. Хорошилова // Мова, література і культура: актуальні питання взаємодії : міжнар. наук.-практ. конф., 9–10 жовтня 2015 р. : тези доп. – Львів : ГО «Наукова філологічна організація «ЛОГОС», 2015б. – С. 132–134.
211. Хорошилова В.М. Одиниця дослідження стратегії завдання образи в німецькомовному інтернет-дискурсі / В.М. Хорошилова // Сучасний вимір філологічних наук : міжнар. наук.-практ. конф., 17–18 липня 2015 р. : тези доп. – Львів : ГО «Наукова філологічна організація «ЛОГОС», 2015в. – С. 104–107.
212. Хорошилова В.М. Стратегія завдання образи в німецькомовному інтернет-дискурсі: одиниця дослідження та конструювання образливого смислу / В.М. Хорошилова // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету. Сер. : Філологія – Педагогіка – Психологія. – К. : КНЛУ, 2015. – Вип. 31. – С. 225–230.
213. Хорошилова В.М. Особливості німецькомовного інтернет-дискурсу, що впливають на реалізацію стратегії завдання образи / В.М. Хорошилова // Каразінські читання : Людина. Мова. Комунікація : XV наук. конф. з міжнар. участю, 5 лютого 2016 р. : тези доп. – Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2016а. – С. 214–215.
214. Хорошилова В.М. Тактики, що є типовими для реалізації стратегії завдання образи в німецькому інтернет-дискурсі / В.М. Хорошилова // Когнітивно-прагматичні дослідження професійних дискурсів : V наук.

- конф. з міжнар. участю, 19 березня 2016 р. : тези доп. – Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2016б. – С. 106–109.
215. Хьелл Л. Теории личности: Основные положения исследования и применения / Л. Хьелл, Д. Зиглер. – СПб. : ПИТЕР, 2014. – 606 с.
216. Чернявская В.Е. Дискурс как объект лингвистических исследований / В.Е. Чернявская // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса : сб. науч. тр. – СПб. : С.-Петербур. гос. ун-т экономики и финансов, 2001. – С. 11–22.
217. Чигаев Д.П. Способы креолизации современного рекламного текста : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / Д.П. Чигаев. – М., 2010. – 24 с.
218. Шарифуллин Б.Я. Речевая инвектива на randevу лингвистики и юриспруденции: pro et contra / Б.Я. Шарифуллин // Юрислингвистика-6: Инвективное и манипулятивное функционирование языка : межвуз. сб. науч. ст. / [под ред. Н.Д. Голева]. – Барнаул, 2005. – С. 112–120.
219. Шарифуллин Б.Я. Языковая игра в интернет-коммуникации / Б.Я. Шарифуллин // Интернет-коммуникация как новая речевая формация. – М. : ФЛИНТА: Наука, 2014. – С. 203–219.
220. Шатуновский И.Б. Риторические вопросы как форма агрессивного речевого поведения / И.Б. Шатуновский // Агрессия в языке и речи. – М. : РГГУ, 2004. – С. 19–37.
221. Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций / В.И. Шаховский. Волгоград : ВГПУ «Перемена», 2008. – 418 с.
222. Шаховский В.И. Дискурсивность эмоций как коммуникативная универсалия / В.И. Шаховский // Язык и эмоции: номинативные и коммуникативные аспекты : сб. науч. тр. к юбилею В.И. Шаховского / [отв. ред. С.В. Ионова]. – Волгоград : Волгоград. науч. изд-во, 2009. – С. 149–160.
223. Шаховский В.И. Семантика и семиотика оскорбления в конфликтной коммуникативной ситуации [Электронный ресурс] / В.И. Шаховский //

- Электронный научный журнал «Мир лингвистики и коммуникации». – Твер : ТГСХА, ТИПЛиМК, 2012. – № 1 (26). – Режим доступа : <http://tverlingua.ru>.
224. Шевченко И.С. Вариативность самопрезентации личности в интернет-общении : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. психол. наук : спец. 19.00.01 «Общая психология, психология личности, история психологии» / Ирина Сергеевна Шевченко. – Казань, 2002. – 24 с.
225. Шевченко И.С. Дискурс как мыслекоммуникативное образование / И.С. Шевченко, Е.И. Морозова // Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія : Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – Харків, 2003. – №. 586. – С. 33–38.
226. Шевченко И.С. Становление когнитивно-коммуникативной парадигмы в лингвистике / И.С. Шевченко // Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія : Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – Харків, 2004. – № 635. – С. 202–205.
227. Шевченко І.С. Когнітивно-прагматичні дослідження дискурсу / І.С. Шевченко // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен : кол. монографія / [під заг. ред. І.С. Шевченко]. – Харків : Константа, 2005. – С. 105–117.
228. Шевченко И.С. Речевой акт как единица дискурса: когнитивно-прагматический подход / И.С. Шевченко // Тверской лингвистический меридіан : сб. науч. ст. – Тверь : Твер. гос. ун-т, 2007. – Вып. 7. – С. 69–80.
229. Шевченко И.С. Три источника и три составные части теории дискурса / И.С. Шевченко // Записки з романо-германської філології. – Одеса : Фенікс, 2008. – Вип. 20. Ювілейний, присвячений 80-річчю проф. В.А. Кухаренко. – С. 126–140.
230. Шевченко І.С. Конфліктна мовленнєва поведінка в англomовному кіберпросторі / І.С. Шевченко, І.О. Гончаренко // Вісник Житомир.

- держ. ун-ту. – 2005. – Вып. 23. – С. 24–28.
231. Шейгал Е.И. Вербальная агрессия в политическом дискурсе / Е.И. Шейгал // Вопросы стилистики. Антропоцентрические исследования. – Саратов : Саратов. ун-т, 1999. – Вып. 28. – С. 204–222.
232. Шкапенко П.В. Специфика реализации прагмалингвистических принципов в Интернет-дискурсе : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» / П.В. Шкапенко. – М., Калининград, 2008. – 27 с.
233. Школовая М.С. Лингвистические и семиотические аспекты конструирования идентичности в электронной коммуникации : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Школовая Марианна Сергеевна. – Тверь, 2005. – 174 с.
234. Шилихина К.М. Коммуникативное давление в русском общении / К.М. Шилихина // Язык и социальная среда. Теоретическая и прикладная лингвистика. – Воронеж, 2000. – Вып. 2. – С. 103–108.
235. Щербинина Ю.В. Речевая агрессия. Территория вражды : учеб. пособие / Ю.В. Щербинина. – М. : ФОРУМ, 2014. – 400 с.
236. Эриксон Э. Идентичность. Теоретическая интерлюдия / Э. Эриксон // Психология самосознания: хрестоматия. – Самара : Издат. дом «БАХРАХ-М», 2007. – С. 493–516.
237. Яacobсон Р.О. Язык в отношении к другим системам коммуникации / Р.О. Яacobсон // Избранные работы. – М. : Прогресс, 1985. – С. 319–330.
238. Antaki C. Explaining and Arguing: The social organisation of accounts / C. Antaki. – London : Sage; 1994. – 222 p.
239. Arundale R.B. Face as relational and interactional: A communication framework for research on face, facework, and politeness / R.B. Arundale // Journal of Politeness Research. – 2006. – 2 (2). – P. 193–216.
240. Atkins M.S. Distinguishing instrumental and hostile aggression: Does it make a difference? / [Atkins M.S., Stoff D.M., Osborne M.L., Brown K.] // Journal of Abnormal Child Psychology. – 1993. – № (21). – P. 355–365.

241. Austin J.L. *How to Do Things with Words* / J.L. Austin. – Oxford : Oxford University Press, 1962. – 167 p.
242. Austin P. *Politeness revisited – the dark side* / P. Austin // *New Zealand ways of speaking English*. – Philadelphia : Multilingual Matters, Allen Bell and Janet Holmes (eds.), 1990. – P. 277–293.
243. Bandura A. *Aggression: Social learning analysis*. Englewood Cliffs / A. Bandura. – N.J. : Prentice-Hall, 1973. – 390 p.
244. Bargiela-Chiappini F. *Face and Politeness: New (Insights) for Old (Concepts)* / F. Bargiela-Chiappini // *Journal of Pragmatics* 35. – 2003. – #10/11. – P. 1453–1471.
245. Baron R.A. *Human aggression* [(2nd ed.). Edited by Robert A. Baron and Deborah R. Richardson] / R.A. Baron, D.R. Richardson. – New York : Plenum, 1994. – 419 p.
246. Barthes R. *Theory of the Text* / R. Barthes ; [trans. Ian Macleod. *Untying the Text*. Ed. Robert Young]. – Boston / London : Routledge, 1981. – P. 31–47.
247. Beebe L.M. *Polite fictions: Instrumental rudeness as pragmatic competence* / L.M. Beebe // *Linguistics and the education of language teachers: Ethnolinguistic, psycholinguistics and sociolinguistic aspects* / [James E. Alatis, Carolyn A. Straehle, Brent Gallenberger and Maggie Ronkin (eds.)]. – Georgetown : Georgetown University Round Table on Languages and Linguistics, 1995. – P. 154–168.
248. Berkowitz L. *Aggression: A social psychological analysis* / L. Berkowitz. – New York : McGraw-Hill, 1962. – 361 p.
249. Berkowitz L. *Aggression: Its Causes, Consequences and Control* / L. Berkowitz. – Philadelphia, Pennsylvania : Temple University Press, 1993. – 506 p.
250. Björkqvist K. (2000). *Social Intelligence – Empathy = Aggression?* / K. Björkqvist, K. Österman, A. Kaukiainen // *Aggression and Violent Behavior*. – 2000. – Vol. 5, issue 2. – P. 191–200.
251. Bousfield D. *Impoliteness in Interaction* / D. Bousfield. – Amsterdam : John

- Benjamins Publishing Company, 2008a. – 282 p.
252. Bousfield D. Impoliteness in the struggle for power / D. Bousfield // Impoliteness in language : studies on its interplay with power in theory and practice. – Berlin : de Gruyter, 2008b. – P. 127–153.
253. Broom L. Sociology: A Text with Adapted Reading / L. Broom, Ph. Selznick. – [4th ed.]. – New York : Harper & Row, 1968. – 562 p.
254. Brown P. Politeness: Some universals in language use / P. Brown, S. Levinson. – L., NY, etc. : CUP, 1987. – 345 p.
255. Buss A.H. The psychology of aggression / A.H. Buss. – New York : Wiley, 1961. – 307 p.
256. Carston R. Linguistic Meaning, Communicated Meaning and Cognitive Pragmatics / R. Carston // Mind and Language. – 2002. – Vol. 17, № 1–2. – P. 127–148.
257. Chun Nam Mak Bernie. Impoliteness in Facebook Status Updates: Strategic talk among colleagues "outside" the workplace / Bernie Chun Nam, Mak, Hin Leung Chui // Text and Talk : De Gruyter, 2014. – # 34(2). – P. 165–185.
258. Craig R. The discourse of requests: Assessment of politeness approach / R. Craig, K. Tracy, F. Spisak // Human Communication Research. – 1986. – Vol. 12, № 4. – P. 437–468.
259. Crystal D. Language and the Internet Text / D. Crystal. – [2nd ed.]. – Cambridge : Cambridge University Press, 2006. – 304 p.
260. Culpeper J. Towards an anatomy of impoliteness / J. Culpeper // Journal of Pragmatics. – 1996. – № 25. – P. 349–367.
261. Culpeper J. Impoliteness revisited: With special reference to dynamic and prosodic aspects / J. Culpeper, D. Bousfield, A. Wichmann // Journal of Pragmatics. – 2003. – Vol. 35, № 10–11. – P. 1545–1579.
262. Culpeper J. Impoliteness and The Weakest Link / J. Culpeper // Journal of Politeness Research. – 2005a. – № 1 (1). – P. 35–72.
263. Culpeper J. Impoliteness and the entertainment in the television quiz show /

- J. Culpeper // *Journal of Politeness Research*. – 2005b. – Vol. 1. – P. 35–72.
264. Culpeper J. Reflections on impoliteness, relational work and power / J. Culpeper // *Impoliteness in language : Studies on its Interplay with Power in theory and Practice* / [D. Bousfield and M.A. Locher (eds.)]. – Berlin : Mouton de Gruyter, 2008. – P. 17–44.
265. Culpeper J. Impoliteness: Using language to cause offense / J. Culpeper // *Studies in Interactional Sociolinguistics*. – 2011. – № 28 (28). – 288 p.
266. Dijk T. van. *Strategies of Discourse Comprehension* / T. van Dijk, W. Kintsch. – New York : Academic Press, 1983. – 418 p.
267. Dijk T. van. *Discourse and Context. A sociocognitive approach* / T. van Dijk. – Cambridge : Cambridge University Press, 2008. – 267 p.
268. Dollard J. *Frustration and Aggression* / J. Dollard et al. – Greenwood : Greenwood Publishing Group, 1980. – 209 p.
269. Donath J. Identity and deception in the virtual community / J. Donath // *Communities in Cyberspace* / [eds. M. Smith, P. Kollock]. – London : Routledge, 1999. – P. 29–59.
270. Eelen G. *A Critique of Politeness Theories* / G. Eelen. – Manchester : St. Jerome's Press, 2001. – 280 p.
271. Ehrlich K. Kooperation und sprachliches Handeln / K. Ehrlich // *Kommunikation und Kooperation* / [Liedtke F., Keller R. (Hg.)]. – Tübingen : Niemeyer, 1987. – S. 18–32.
272. Feshbach S. Aggression / S. Feshbach // *Carmichael's manual of child psychology* / [Mussen P, editor]. – New York : Wiley, 1970. – P. 159–259.
273. Fiehler R. *Kommunikation und Emotion: theoretische und empirische Untersuchungen zur Rolle von Emotionen in der verbalen Interaktion* / R. Fiehler. – Berlin : de Gruyter, 1990. – 365 S.
274. Frege G. Über Sinn und Bedeutung / G. Frege // *Zeitschrift für Philosophie und philosophische Kritik*, N. F., Bd. 100 / 1. – 1982. – S. 25–50.
275. Goffman E. *Interaction Ritual* / E. Goffman. – NY : Enchor Books, 1967. – 270 p.

276. Goodwin Ch, Goodwin M. Harness Interstitial argument / Ch. Goodwin, M.H. Goodwin // Conflict Talk: Sociolinguistic investigations of arguments and conversations / [A.D. Grimshaw (ed.)]. – Cambridge : Cambridge University Press, 1990. – P. 85–117.
277. Graham S.L. A manual for (im)politeness?: The impact of the FAQ in an electronic community of practice / S.L. Graham // Impoliteness in language: Studies on its interplay with power in theory and practice (Language, Power and Social Process 21). – [D. Bousfield and M.A. Locher (eds.)]. – Berlin and New York : Mouton de Gruyter, 2008. – P. 281–304.
278. Grice H.P. Logic and conversation / H.P. Grice // Syntax and Semantics. – NY : Academic Press, 1975. – P. 41–58.
279. Grice H.P. Presupposition and Conversational implicature / H.P. Grice // Radical Pragmatics. – New York : Academic Press, 1981. – P. 183–198.
280. Grice H.P. Intendieren, Meinen, Bedeuten / H.P. Grice // Handlung, Kommunikation, Bedeutung / [Meggle G. (Hg.)]. – Fr./M. : Suhrkamp, 1993. – S. 2–15.
281. Grimshaw A.D. Conflict Talk: Sociolinguistic investigations of arguments and conversations / A.D. Grimshaw. – Cambridge : Cambridge University Press, 1990. – 356 p.
282. Gu Y. Politeness phenomena in modern Chinese / Y. Gu // Journal of Pragmatics. – 1990. – № 14 (2). – P. 237–257.
283. Hadley M. Relational, indirect, adaptive, or just mean: Recent work on aggression in adolescent girls. Part I / M. Hadley // Studies in Gender & Sexuality. – 2003. – № (4). – P. 367–394.
284. Hardaker C. Trolling in asynchronous computer-mediated communication: From user discussions to academic definitions / C. Hardaker // Journal of Politeness Research. – Walter de Gruyter, – 2010. – № 6. – P. 215–242
285. Haridakis P.M. Viewer characteristics, exposure to television violence, and aggression / P.M. Haridakis // Media Psychology. – 2002. – № (4). – P. 323–352.

286. Harris S. Being politically impolite: Extending politeness theory to adversarial political discourse / S. Harris // *Discourse and Society*. – 2001. – № 12 (4). – P. 451–472.
287. Hassan Ihab. Toward a Concept of Postmodernism (From The Postmodern Turn) [Electronic resource] / Ihab Hassan. – 1987. – P. 1–10. – Access mode : <http://faculty.georgetown.edu/irvinem/theory/HassanPoMo.pdf>
288. Herring S.C. Computer-mediated discourse analysis: An approach to researching online behaviour / S.C. Herring // *Designing for virtual communities in the service of learning* / [S.A. Barab, R. Kling, & J. H. Gray (Eds.)]. – Cambridge : Cambridge University Press, 2004. – P. 338–376.
289. Herring S.C. Computer-mediated discourse / S.C. Herring, J. Androutsopoulos // *The handbook of discourse analysis* / [D. Tannen, H.E. Hamilton, & D. Schiffrin (Eds.)]. – [Second Edition]. – Chichester, UK: John Wiley & Sons, 2015. – P. 127–151.
290. Hillbrand M. Cholesterol and aggression / M. Hillbrand, T.S. Reuben // *Aggression and Violent Behavior*. – 1999. – № 4 (3). – P. 359–370.
291. Huesmann L.R. The role of social information processing and cognitive schema in the acquisition and maintenance of habitual aggressive behavior / L.R. Huesmann // *Human aggression: Theories, research, and implications for social policy* / [R.G. Geen, E.D. Donnerstein (editors)]. – San Diego, CA, US : Academic Press, Inc, 1998. – P. 73–109.
292. Hyden M. Verbal Aggression as Prehistory of Woman Battering / M. Hyden // *Journal of Family Violence*. – 1995. – № 10 (1). – P. 55–71.
293. Jay T. Cursing in America: a psycholinguistic study of dirty language in the courts, in the movies, in the schoolyards and on the streets / T. Jay. – Philadelphia : John Benjamins, 1992. – 272 p.
294. Jay T. Why we curse: A neuro-psycho-social theory of speech / T. Jay. – Philadelphia and Amsterdam : John Benjamins, 2000. – 328 p.
295. Jäkel O. Metaphern in abstrakten Diskurs-Domänen: eine kognitiv-linguistische Untersuchung anhand der Bereiche Geistestätigkeit, Wirtschaft

- und Wissenschaft / O. Jäkel. – Frankfurt am Main : Peter Lang GmbH, 1997. – 346 p.
296. Kasper G. Linguistic politeness. Current research issues / G. Kasper // *Journal of Pragmatics*. – 1990. – Vol. 14, № 2. – P. 193–218.
297. Kellermann K. Communication: inherently strategic and primarily automatic / K. Kellermann // *Communication Monographs*. – 1992. – № 59. – P. 288–300.
298. Kienpointner M. Varieties of rudeness: Types and functions of impolite utterances / M. Kienpointner // *Functions of Language*. – 1997. – № 4. – P. 251–287.
299. Kienpointner M. Varieties of rudeness: Types and functions of impolite utterances / M. Kienpointner // *Journal of Politeness Research. Language, Behaviour, Culture*. – 2008. – № 4 (2). – P. 251–287.
300. Khoroshylova V. Typical tactics of the strategy of offence in the German Internet discourse / V. Khoroshylova // *Science and Education a New Dimension. Philology*. – Budapest, 2015. – № III (16), issue 70. – P. 11–14.
301. Kouper I. The pragmatics of peer advice in a LiveJournal community / I. Kouper // *Language@Internet*. – 2010. – № 7. Retrieved August 3. – Access mode : <http://www.languageatinternet.org/articles/2010/2464>.
302. Labov W. *Language in the inner City: Studies in the black English vernacular* / W. Labov. – Oxford : Blackwell, 1972. – 412 p.
303. Lachenicht L.G. Aggravating language: A study of abusive and insulting language / L.G. Lachenicht // *International Journal of Human Communication*. – 1980. – № 13 (4). – P. 607–688.
304. Lakoff R.T. The limits of politeness: Therapeutic and courtroom discourses / R.T. Lakoff // *Multilingua*. – 1989. – Vol. 8, № 2/3. – P. 101–129.
305. Lakoff R.T. Civility and its discontents: Or, getting in your face // R.T. Lakoff and Sachiko Ide (eds.) *Broadening the horizon of linguistic politeness*. – Amsterdam and Philadelphia : John Benjamins, 2005. – P. 23–43.
306. Lange F. Frustration-aggression: A reconsideration / F. Lange // *European*

- Journal of Social Psychology. – 1971. – Vol. 1, issue 1. – P. 59–84.
307. Lee C. Language and life in social media: Technolinguistic biographies of adolescents in Hong Kong / C. Lee // *The language of social media: Identity and community on the Internet* / [P. Seargeant, C. Tagg (Eds.)]. – Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2014. – P. 91–111.
308. Leech G.N. *Principles of Pragmatics* / G.N. Leech. – L., N.Y. : Longman, 1983. – 250 p.
309. Levy D. Communicative goals and strategies: between discourse and syntax / D. Levy // *Syntax and Semantics*. – 1979. – № 12. – P. 183–210.
310. Locher M.A. *Power and politeness in action: Disagreements in oral communication* / M.A. Locher. – Berlin and New York : Mouton de Gruyter, 2004. – 371 p.
311. Locher M. Introduction: Impoliteness and power in language / M. Locher, D. Bousfield // *Impoliteness in Language. Studies on its Interplay with Power in Theory and Practice* / [eds. Bousfield D., Locher M.]. – Berlin, N.Y. : Mouton de Gruyter, 2008a. – P. 1–16.
312. Locher M.A. Relational work and impoliteness: Negotiating norms of linguistic behaviour / M.A. Locher, R.J. Watts // *Impoliteness in Language. Studies on its Interplay with Power in Theory and Practice* / [Bousfield D. and Locher M. (Eds.)]. – Berlin : Mouton de Gruyter, 2008b. – P. 77–99.
313. Locher M. Politeness and impoliteness in computer-mediated communication / M. Locher // *Journal of Politeness Research*. – 2010. – Vol. 6. – P. 1–5.
314. Luzón M.J. «Interesting post, but I disagree»: Social presence and antisocial behaviour in academic weblogs / M.J. Luzón // *Applied Linguistics*. – 2011. – № 32(5). – P. 1–25.
315. Lyons J. *Semantics. Vol. I–II* / J. Lyons. – London : Cambridge Univ. Press, 1978. – 897 p.
316. Matsumoto Y. Reexamination of the universality of face: Politeness phenomena in Japanese / Y. Matsumoto // *Journal of Pragmatics*. – 1988. –

- № 12(4). – P. 403–426.
317. Matsumoto-Gray K. Politeness in increasing degrees of imposition: a sociolinguistic study of politeness in political conversations (thesis) / K. Matsumoto-Gray. – Linguistics College of Humanities; University of Utah, 2009. – P. 76.
318. Mehan H. Rules versus relationships in small claims disputes / H. Mehan // Conflict Talk: Sociolinguistic investigations of arguments and conversations / [A.D. Grimshaw (ed.)]. – Cambridge : Cambridge University Press, 1990. – P. 160–177.
319. Mills S. Gender and politeness / S. Mills. – Cambridge : Cambridge University Press, 2003. – 270 p.
320. Mills S. Gender and impoliteness / S. Mills // Journal of Politeness Research: Language, Behaviour, Culture. – 2005. – Vol. 1, No. 2. – P. 263–280.
321. Mooney A. Cooperation, violations and making sense / A. Mooney // Journal of Pragmatics. – 2004. – № 36. – P. 899–920.
322. Moyer K.E. Kinds of aggression and their physiological basis / K.E. Moyer // Communication in Behavior Biology. – 1968. – № 2. – P. 65–87.
323. Nelson T.H. A File Structure for the Complex, the Changing, and the Indeterminate / T.H. Nelson // ACM Proceedings of the 20th National Conference. – Cleveland : ACM, 1965. – P. 84–100.
324. Nowak K.L. The Influence of the Avatar on Online Perceptions of Anthropomorphism, Androgyny, Credibility, Homophily, and Attraction [Electronic resource] / K.L. Nowak, C. Rauh // Journal of Computer-Mediated Communication. – 2005. – № 11 (1). – Access mode : <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue1/nowak.html>.
325. Ossner J. Formulierungen – das Ergebnis strategischer Überlegungen / J. Ossner // Dialoganalyse. – Tübingen : Niemeyer, 1986. – S. 225–240.
326. Owen M. Apologies and remedial interchanges: A study of language use in

- social interaction / M. Owen. – Berlin : Mouton, 1983. – 192 p.
327. Penman R. Facework and politeness: Multiple goals in courtroom discourse / R. Penman // Multiple Goals in Discourse / [eds. Tracy K., Coupland N.]. – Clevedon, Buffalo, Toronto : Multilingual Matters Ltd., 1990. – P. 15–38.
328. Pihlaja S. Cops, popes, and garbage collectors: Metaphor and antagonism in an atheist/Christian YouTube thread / S. Pihlaja // Language@Internet. – 2011. – № 8(1). – P. 1–17.
329. Rickheit G. Grundlagen der kognitiven Sprachwissenschaft / G. Rickheit, H. Strohner. – Tübingen, Basel : Francke, 1993. – 325 S.
330. Rosenzweig S. An investigation of the reliability of the Rosenzweig Picture-Frustration (P-F) Study, Children's Form / S. Rosenzweig // Journal of Personality Assessment. – 1978. – № 42. – P. 483–488.
331. Rudanko J. Aggravated impoliteness and two types of speaker intention in an episode in Shakespeare's *Timon of Athens* / J. Rudanko // Journal of Pragmatics. – 2006. – № 38 (6). – P. 829–841.
332. Rushkoff D. Media Virus! Hidden Agendas in Popular Culture / D. Rushkoff. – New York : Ballantine Books, 1996. – 345 p.
333. Sacks H. Simplest Systematics for the Organization of Turn-taking for Conversation Text / H. Sacks, E.A. Schegloff, G.A. Gefferson // Language. 1974. – Vol. 50, № 4. – P. 696–735.
334. Savicki V. Computer Mediated Communication: Gender and Group Composition / V. Savicki, M. Kelley // Cyber Psychology and Behavior. – 2000. – № 3(5). – P. 817–826.
335. Shea V. Netiquette / V. Shea. – San Francisco : Albion Books, 1994. – 154 p.
336. Schiffrin D. Approaches to discourse / D. Schiffrin. – Oxford : Blackwell, 1994. – 470 p.
337. Schwarz M. Semantik. Ein Arbeitsbuch / M. Schwarz, J. Chur. – Tübingen : Narr, 2007. – 227 S.
338. Searle J.R. A Taxonomy of Illocutionary Acts / J.R. Searle // Language,

- Mind and Knowledge. – Minneapolis : Gunderson, 1975. – P. 344–369.
339. Searle J.R. Speech Acts / J.R. Searle. – Cambridge : Cambridge Univ. Press, 2005. – 203 p.
340. Sifianou M. A review on the book “Impoliteness in Language: Studies on its Interplay with Power and Practice” / M. Sifianou // *Language in Society* / [eds. Bousfield D., Locher M. B.]. – N.Y. : Mouton de Gruyter, 2010. – Vol. 39. – P. 119–122.
341. Smith E.R. Affective and cognitive implications of group membership becoming part of the self: New models of prejudice and of the self-concept / E.R. Smith // *Social identity and social cognition* / [D. Abrams & M. Hogg (Eds.)]. – Oxford : Blackwell Publishers, 1999. – P. 183–196
342. Smith M. Online Communication Text / M. Smith, A. Wood. – New Jersey, London : Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2005. – 278 p.
343. Spencer-Oatey H. Rapport management: A framework for analysis / H. Spencer-Oatey // *Culturally speaking: Managing rapport through talk across cultures* / [H. Spencer-Oatey. (ed.)]. – London and New York : Continuum, 2000. – P. 11–46.
344. Sperber D. Relevance: Communication and Cognition / D. Sperber, D. Wilson. – Oxford, Cambridge : Blackwell, 1996. – 326 p.
345. Straus M.A. Physical Violence in American Families: Risk Factors and Adaptations to Violence in 8,145 Families / M.A. Straus, R.J. Gelles. – New Brunswick, N.J. : Transaction Publishers, 1990. – 622 p.
346. Tannen D. Silence as conflict management in fiction and drama: Pinter’s Betrayal and a short story ‘Great Wits’ / D. Tannen // *Conflict Talk: Sociolinguistic investigations of arguments and conversations* / [Allen D. Grimshaw (ed.)]. – Cambridge : Cambridge University Press, 1990. – P. 260–279.
347. Tannen D. Gender and Discourse / D. Tannen. – NY., Oxford : OUP, 1996. – 229 p.
348. Tatsuki H.D. If my complaints could passions move: An interlanguage study

- of aggression / D.H. Tatsuki // *Journal of Pragmatics*. – 2000. – № 32. – P. 1003–1017.
349. Terkourafi M. Toward a unified theory of politeness, impoliteness and rudeness / M. Terkourafi // *Impoliteness in Language: studies on its interplay with power in theory and practice*. – Berlin : Mouton de Grueter, 2008. – P. 45–74.
350. The experience and expression of anger: Construction and validation of an anger expression scale [Spielberger C.D., Johnson E.H., Russell S.F., R. Crane, Jacobs G.A., Worden T.J.] // *Anger and hostility in cardiovascular and behavioural disorders* / [N.A. Chesney and R.H. Rosenman (eds.)]. – New York : McGraw-Hill, 1985. – P. 159–187
351. Thomas J. *Meaning in interaction* / J. Thomas. – London and New York : Longman, 1995. – 224 p.
352. Tsou A. A community of curious souls: An analysis of commenting behavior on TED talks videos. *PloS ONE*, 9(4), e93609 (2014) [Electronic resource] / [Tsou A., Thelwall M., Mongeon P., Sugimoto C.R]. – Retrieved July 23, 2015. – Access mode : <http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0093609>.
353. Wagner F. Implizite sprachliche Diskriminierung als Sprechakt. *Lexikalische Indikatoren impliziter Diskriminierung in Medientexten* / F. Wagner. – Tübingen : Narr, 2001. – 180 S.
354. Watts R.J. *Politeness* / R.J. Watts. – Cambridge : Cambridge Univ. Press, 2003. – 304 p.
355. Watts R.J. Linguistic politeness and politic verbal behavior: reconsidering claims for universality. // *Politeness in Language. Studies in its History, Theory and practice* / [Watts R.J., Sachiko I., Konrad Ehlich (ed.)]. – Berlin : Mouton de Gruyter, 1992. – P. 21–42.
356. Wodak R. *Racism at the Top* / R. Wodak, T. van. Dijk. – Klagenfurt, Celovec : Drava, 2000. – 391 p.
357. Wodak R. *Methods of Critical Discourse Analysis* / R. Wodak, M. Meyer. –

L., New Delhi, Singapore etc. : SAGE, 2009. – 216 p.

358. Yllö K. Through A Feminist Lens: Gender, Power and Violence / K. Yllö // Controversies in Family Violence / [R. Gelles and D. Loseke (eds.)]. – Thousand Oaks, London, NewDelhi : Sage Publications, 1993. – P. 47–62.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ДОВІДКОВОГО МАТЕРІАЛУ

359. Deutsches digitales Wörterbuch [Elektronen Ressource]. – Zugriff : <http://www.dwds.de/>.
360. Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache in 6 Bd. / [Hrsg. und bearb. vom Wissenschaftlichen Rat und den Mitarbeitern der Dudenredaktion unter Leitung von Günther Drosdowski]. – Mannheim, Wien, Zürich : Dudenverlag, 1976. – Bd. 1 (A–Ci). – 2992 S. / Zugriff: <http://www.duden.de>.
361. Langenscheids Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache. Berlin – München– Wien – Zürich – New York: Langenscheidt KG, 2013. - 1254 S..
362. Paul H. Deutsches Wörterbuch / H. Paul. – 9., vollst. neu bearb. Aufl. / von H. Hanne und G. Objartel. – Tübingen : Max Niemeyer Verlag, 1992. – 1130 S.
363. Textor A.M. Sag es treffender / A.M. Textor. – Essen : Verlag Ernst Heyer, 2006. – 544 S.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Abtreibung für Liebe meines Lebens - Story Time
<https://www.youtube.com/user/marvinrudiferia1234>[Elektronische Quelle].
– Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=YsItPnx9dLA>
2. Abtreibung Zwischen Mutter und Kind
<https://www.youtube.com/user/ValerieRaya>https://www.youtube.com/channel/UCxeH38C0IVItJCSbW_29C8whttps://www.youtube.com/channel/UCxeH38C0IVItJCSbW_29C8w<https://www.youtube.com/user/ValerieRaya>https://www.youtube.com/channel/UCxeH38C0IVItJCSbW_29C8w<https://www.youtube.com/user/ValerieRaya>[Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<https://www.youtube.com/watch?v=Q-Umx8nyHXs>
3. Angela Merkel arbeitet am Zerfall der Demokratie - Gertrud Höhler - 1/3
[Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<https://www.youtube.com/watch?v=rKHBAEfcqik>
4. BEAUTY-LÜGEN [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<https://www.youtube.com/watch?v=I5XOasC5LpE>
5. Bundestag live: Schockierende Rede von Sahra Wagenknecht (Die Linke) über den Umgang mit unserem Geld [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
http://www.youtube.com/profile_redirector/105806738752785218411http://www.youtube.com/profile_redirector/110192556900289029882(<https://www.youtube.com/watch?v=432fJTOZkLk>)
6. Claudia Roth Deutschland, du Stück scheiße! Deutschland verrecke!
Talkshow mit der
AfDhttp://www.youtube.com/profile_redirector/106799659728259751241http://www.youtube.com/profile_redirector/111449814786272896655[Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=jOolAfjv3xg>
7. Conchita Wurst und Hape Kerkeling im Gespräch 23.04.2015 [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=9OIJ4QHlCA>
8. Cosmopolitan community [Elektronische Quelle]. – Zugriff :

- <http://www.cosmopolitan.de/community>
9. Das kranke Werbeverhalten deutscher TV-Prominez - Hagen Rether bei Mitternachtsspitzen [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=AgL9FZX85X0>
 10. Das Philosophische Quartett: Überleben die Stärksten? Sozialdarwinismus als Irrglaube [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=5wiIz3PNTuY>
 11. Das Programm «AnneWill» (AFD): Beatrix von Storch: "Seit 1945 Merkel schlimmste Kanzlerin" [Elektronische Quelle]. – Zugriff : http://www.youtube.com/profile_redirector/103658433626063223268https://www.youtube.com/user/MrLoewe23http://www.youtube.com/profile_redirector/103658433626063223268https://www.youtube.com/watch?v=PFjixds7xX4
 12. Das Programm «Hart aber Fair» (AFD): Halbmond über Deutschland - wie viel Erdogan verträgt unser Land? [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=aUdsicLqj2M>
 13. Das Programm «Hart aber Fair» (AFD): Islam und Deutschland passen nicht zusammen [Elektronische Quelle]. – Zugriff : http://www.youtube.com/user/MsLaNoyeehttp://www.youtube.com/user/531M4N35CHhttps://www.youtube.com/watch?v=t8_v0fa7axU
 14. Das Programm «Lanz» (2DF): Markus Lanz mit Maffay, Bushido, Sido und Precht [Elektronische Quelle]. – Zugriff : http://www.youtube.com/profile_redirector/100605635826686667655http://www.youtube.com/profile_redirector/107068218707079813587http://www.youtube.com/profile_redirector/100605635826686667655http://www.youtube.com/profile_redirector/107068218707079813587http://www.youtube.com/profile_redirector/100605635826686667655https://www.youtube.com/watch?v=jOolAfjv3xg
 15. Das Programm «Menschen bei Maischberger» (AFD) Andreas Thiel sagt die Wahrheit über den Islam - Islam verbieten - Muslime abschieben

- [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
http://www.youtube.com/profile_redirector/109349388612762055178
http://www.youtube.com/profile_redirector/114712626884314980997
<https://www.youtube.com/watch?v=lZCSyMRSrvk>
16. Das Programm «Menschen bei Maischberger» (AFD): Beatrix von Storch zerlegt und Thilo Sarrazin gibt den Rest [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<https://www.youtube.com/user/Herbalako>
https://www.youtube.com/channel/UCWhJHN6476fGGWz98HyBx_Ah
<https://www.youtube.com/watch?v=jn8epYCjmb8>
17. Das Programm «Menschen bei Maischberger» (AFD): Muslime haben 2 Gesichter - Muslime lügen bei jeder Gelegenheit weil sie uns immer schaden wollen [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
http://www.youtube.com/profile_redirector/101609458088755810662
http://www.youtube.com/profile_redirector/102279867951417034831
<https://www.youtube.com/watch?v=ilbjdPhQuaE>
18. Das Programm «My Spass»: 20 Jahre Scooter - H.P. Baxxter bei Stefan Raab [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<https://www.youtube.com/user/silvertoao>
<https://www.youtube.com/channel/UC7uP-016dtAhARmGc58lm2A>
<https://www.youtube.com/watch?v=TbVpBMfH9PQ>
19. Das Programm «My Spass»: Frauenprobleme hoch zwei [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
http://www.youtube.com/profile_redirector/112228418394355088442
http://www.youtube.com/profile_redirector/116147074635829400358
http://www.youtube.com/profile_redirector/112228418394355088442
https://www.youtube.com/watch?v=_zeXuz-pQ60
20. Das Programm «My Spass»: Vincent Pfäfflin, das Ritalin-Model [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
http://www.youtube.com/profile_redirector/104622173992209901893
http://www.youtube.com/profile_redirector/104622173992209901893

www.youtube.com/channel/UCQI5RtekHjVHmeZx-
ij8Q_Qhttp://www.youtube.com/profile_redirector/10388267862028151102
5http://www.youtube.com/profile_redirector/104622173992209901893http://
/www.youtube.com/profile_redirector/104622173992209901893http://www.
youtube.com/profile_redirector/103882678620281511025http://www.youtu
be.com/profile_redirector/103882678620281511025http://www.youtube.co
m/profile_redirector/104622173992209901893https://www.youtube.com/wa
tch?v=wuBuEUcc-_Q

21. Das Programm «My Spass»: Luke Mockridges Karnevalsbilanz [Elektronische Quelle]. – Zugriff : http://www.youtube.com/profile_redirector/105003112068185957998http://www.youtube.com/profile_redirector/113855640920143653367https://www.youtube.com/watch?v=qI3lwgKMI_M
22. Denker Des Abendlandes - Schopenhauer und Nietzsche [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=Hp6LNP35F8U>
23. Der Bundestag live: Eier Skandal [Elektronische Quelle]. – Zugriff : https://www.youtube.com/all_comments?v=QyxdQ6OLDuo&lc=1xf8g2p9zhA2MygohHIXb0w3bM_K-Pw24M3ae5dPLKM
24. Der Bundestag live: Sahara Wagenknecht, DIE LINKE: Soziale Kälte und solidarisches Miteinander: das geht nicht zusammen [Elektronische Quelle]. – Zugriff : http://www.youtube.com/profile_redirector/104743514066128562763http://www.youtube.com/profile_redirector/104743514066128562763http://www.youtube.com/profile_redirector/108992995171507299351<https://www.youtube.com/watch?v=xevQkbRf5t4>
25. Der Spiegel online [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <http://www.spiegel.de/blog/>.
26. Deutschland sucht den Superstar 2015 - Alle Auftritte der dritten Sendung vom 17.01.2015 [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/channel/UCYjpD5lxfiURpvS4rE2x2kA><https://www.youtube.com/channel/UCYjpD5lxfiURpvS4rE2x2kA>

- www.youtube.com/user/rudi1616
<https://www.youtube.com/channel/UCYjpD5lxfiURpvS4rE2x2kA>
<https://www.youtube.com/watch?v=MeWkXPAtayQ>
27. Die 25 MEGA wunderschönsten Fußball Tore 2016
<https://www.youtube.com/channel/UCh8R112z3mxbRQ3-JqTM2jA>
<https://plus.google.com/112072424587680777181>
<https://www.youtube.com/channel/UCh8R112z3mxbRQ3-JqTM2jA>
<https://www.youtube.com/channel/UCh8R112z3mxbRQ3-JqTM2jA>
<https://plus.google.com/112072424587680777181>
<https://www.youtube.com/channel/UCh8R112z3mxbRQ3-JqTM2jA> [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=OhyNvPFSaXy>
28. Die besten Fußball-Torwart-Paraden 2015 [Elektronische Quelle]. – Zugriff: http://www.youtube.com/profile_redirector/108159006995074582325
[https://de.wikipedia.org/wiki/O_\(Interjektion\)](https://de.wikipedia.org/wiki/O_(Interjektion))
<http://www.youtube.com/user/freieLith>
<http://www.youtube.com/user/schamhaary>
<https://www.youtube.com/watch?v=JESpA2Yxa9E>
29. Die besten Gäste aus 2013 - Teil 2 [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=qD-p2dg3i-Y>
30. Die Facebook-Seite von der Musikgruppe The BossHoss [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.facebook.com/willi.winner.14?fref=ufi>
<https://www.facebook.com/silvia.hauten.73?fref=ufi>
<https://www.facebook.com/christiankaatz90?fref=ufi>
<https://www.facebook.com/thebosshoss/?fref=ts>
31. Die Facebook-Seite Der Postillon [Elektronische Quelle]. – Zugriff : https://www.facebook.com/DerPostillon/?__mref=message_bubble
32. Die Facebook-Seite Focus Online Politik
<https://www.facebook.com/flow.magazin.deutschland/?fref=ts>
https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Internet_phenomena
<https://www.facebook.com/simone.kerknagel?fref=ufi&rc=p>
<https://www.facebook.com/martina.licht?fref=ufi&rc=p>
<https://www.facebook.com/simone.kerknagel?fref=ufi&rc=p>

- ww.facebook.com/martina.licht?fref=ufi&rc=p[Elektronische Quelle]. – Zugriff : https://www.facebook.com/FOCUS-Online-Politik492723560754814/?hc_ref=SEARCH&fref=nf
33. Die Facebook-Seite Frauenspielzeuge <https://www.facebook.com/lars.becker.509?fref=ufi&rc=phttps://www.facebook.com/lars.becker.509?fref=ufi&rc=p>[Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.facebook.com/FRAUENSPIELZEUGE/?fref=ts>
34. Die Facebook-Seite Netzfrauen [Elektronische Quelle]. – Zugriff : https://www.facebook.com/Netzfrauen/?fref=ts&__mref=message_bubble
35. Die Facebook-Seite Schwule Jungs [Elektronische Quelle]. – Zugriff : https://www.facebook.com/sven.dangelmaier.9?fref=ufi&rc=phttps://www.facebook.com/profile.php?id=100010916103485&hc_location=ufihttps://www.facebook.com/sven.dangelmaier.9?fref=ufi&rc=phttps://www.facebook.com/schwule.jungs.gays/?fref=ts
36. Die Facebook-Seite vom Programm «Bauer sucht Frau» <https://www.facebook.com/cosmin.d.plesa?fref=ufi&rc=phttps://www.facebook.com/profile.php?id=100008950681830&fref=ufi&rc=p>[Elektronische Quelle]. – Zugriff : https://www.facebook.com/BauerSuchtFrau.RTL/?hc_ref=SEARCH&fref=nf
37. Die Facebook-Seite von Bloggerin Daniela Katzenberger <https://www.facebook.com/fe.reichenbacher?fref=ufihttps://www.facebook.com/anna.deluca.374?fref=ufihttps://www.facebook.com/fe.reichenbacher?fref=ufihttps://www.facebook.com/anna.deluca.374?fref=ufihttps://www.facebook.com/anna.deluca.374?fref=ufihttps://www.facebook.com/bernd.schibulla.1?fref=ufihttps://www.facebook.com/fe.reichenbacher?fref=ufi>[Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.facebook.com/katzenberger.daniela/?fref=ts>
38. Die Facebook-Seite von der CDU [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.facebook.com/tina.lenke.5?fref=ufihttps://www.facebook.com/j>

- [/www.facebook.com/jim.panse.3994?fref=ufi&rc=p\(https://www.facebook.com/Deichkind/?fref=ts\)](https://www.facebook.com/jim.panse.3994?fref=ufi&rc=p(https://www.facebook.com/Deichkind/?fref=ts))
44. Die Facebook-Seite von der Musikgruppe Rammstein [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.facebook.com/Rammstein>
45. Die Facebook-Seite von der Partei Alternative für Deutschland (AfD) [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.facebook.com/alternatiefuerde/?fref=ts>
46. Die Facebook-Seite von der SPD [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.facebook.com/rolf.w.becker.3?fref=ufihttps://www.facebook.com/profile.php?id=100008578325003&fref=ufihttps://www.facebook.com/CDU/posts/10152700780250415https://www.facebook.com/profile.php?id=100003948514385&fref=ufihttps://www.facebook.com/SPD.Berlin/?fref=ts>
47. Die Facebook-Seite von der ZDF http://forum.glamour.de/threads/89008-Glamunity-Hinweise-und-Regelnhttps://www.goethe.de/ins/de/de/nut/net.htmlhttps://www.youtube.com/yt/policyandsafety/de/communityguidelines.htmlhttps://www.youtube.com/channel/UCGBfui_4OBGn9w2QBNYyzPQhttps://www.youtube.com/user/funnukemhttps://www.youtube.com/channel/UCSJIVJqdubhYkun3F-wLKOW [Elektronische Quelle]. – Zugriff : https://www.facebook.com/ZDFheute/?hc_ref=SEARCH&fref=nf
48. Die Facebook-Seite von Kanzlerin Angela Merkel [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.facebook.com/AngelaMerkel>
49. Die Facebook-Seite von Modeschöpfer Wolfgang Joop [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.facebook.com/Bennysylb?fref=ufi&rc=phttps://www.facebook.com/heinz.schulz.9655?fref=ufi&rc=phttps://www.facebook.com/Bennysylb?fref=ufi&rc=phttps://www.facebook.com/heinz.schulz.9655?fref=ufi&rc=phttps://www.facebook.com/WolfgangJoop/?fref=ts>
50. Die Facebook-Seite von N24 <https://www.facebook.com/marci.ii.7?fref=ufi&rc=phttps://www.facebook.c>

- om/Sven.Reichtes?fref=ufi&rc=p[Elektronische Quelle]. – Zugriff :
https://www.facebook.com/N24/?hc_ref=SEARCH&fref=nf
51. Die Facebook-Seite von Politiker Karl-Theodor zu Guttenberg [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.facebook.com/zuguttenberg>
52. Die Facebook-Seite von RTL https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE_%D0%BA%D0%B8%D0%BD%D0%BEhttp://www.nkj.ru/archive/articles/21327/http://www.nkj.ru/archive/859/21283/https://ru.wikipedia.org/wiki/Lurkmore.tohttps://ru.wikipedia.org/wiki/Encyclopedia_Dramatichttps://ru.wikipedia.org/wiki/ROFLCon[Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<https://www.facebook.com/meinRTL/?fref=ts>
53. Die Facebook-Seite von Sänger Bushido [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
[http://www.youtube.com/user/torven137https://www.facebook.com/corin.karcher.7?fref=ufi&rc=p\(https://www.facebook.com/Bushido/?fref=ts\)](http://www.youtube.com/user/torven137https://www.facebook.com/corin.karcher.7?fref=ufi&rc=p(https://www.facebook.com/Bushido/?fref=ts))
54. Die Facebook-Seite von Sänger Kay One <https://www.facebook.com/meggybaum.bloodrainstorm?fref=ufi&rc=phttps://www.facebook.com/markus.hebesberger?fref=ufi&rc=phttps://www.facebook.com/markus.hebesberger?fref=ufi&rc=phttps://www.facebook.com/meggybaum.bloodrainstorm?fref=ufi&rc=phttps://www.facebook.com/meggybaum.bloodrainstorm?fref=ufi&rc=phttps://www.facebook.com/markus.hebesberger?fref=ufi&rc=p>[Elektronische Quelle]. – Zugriff :
https://www.facebook.com/princekayone/?fref=ts&__mref=message_bubble
55. Die Facebook-Seite von Schauspielerin Micaela Schäfer <https://www.facebook.com/petra.mischke?fref=ufihttps://www.facebook.com/juergen.schmelzer?fref=ufi>[Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<https://www.facebook.com/MicaelaSchaefer?fref=ts>
56. Die Facebook-Seite von Schlecky Silberstein [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<https://www.facebook.com/Schlecky->

- Silberstein113254378744731/?fref=ts&__mref=message_bubble
57. Die Facebook-Seite von Spiegel-Online
<https://www.youtube.com/user/fastracer96>[Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<https://www.youtube.com/watch?v=FXOL33e4qeM>
 58. Die Facebook-Seite von Til Schweiger
<https://www.facebook.com/Anne.Bring1>?fref=ufi<https://www.facebook.com/TilSchweiger><https://www.facebook.com/janine.hi.77>?fref=ufi<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10206273365865634&set=p.10206273365865634&type=3>[Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<https://www.facebook.com/TilSchweiger>
 59. Die Facebook-Seite von Zuerst denken – dann klicken [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.facebook.com/zddk.eu/>
 60. Die Harald Schmidt Show - Folge 1047 - Andrack fährt Straßenbahn (Sat1 Comedy) [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
https://www.youtube.com/watch?v=gCnDYEcZ_iA
 61. Die Männerseite auf Facebook [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<https://www.facebook.com/rene.kasper.52>?fref=ufi&rc=p<https://www.facebook.com/dennis.herrmann.98><https://www.facebook.com/rene.kasper.52>?fref=ufi&rc=p<https://www.facebook.com/dennis.herrmann.98><https://www.facebook.com/Maennerseite/>?fref=ts
 62. Die MannFrau Facebook-Seite
http://www.youtube.com/profile_redirector/114406059791033543089http://www.youtube.com/profile_redirector/115142756203370253886[Elektronische Quelle]. – Zugriff :
https://www.facebook.com/mannfrau/?hc_ref=SEARCH&fref=nf
 63. Die philosophische Ringvorlesung. Dozent: Prof. Manfred Sommer. Thema: Kant's Kritik der reinen Vernunft [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
http://www.youtube.com/profile_redirector/116731464270836018701<http://de.wikipedia.org/wiki/Beleidigung>http://www.youtube.com/profile_redirector/116576343538375756378<https://www.youtube.com/watch?v=eQ2t5h6d>

Yxs

64. Die SPD-Werbung – «Ich muss immer an dich denken» [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
http://www.youtube.com/profile_redirector/106048310332568334987http://www.youtube.com/profile_redirector/106048310332568334987http://www.youtube.com/profile_redirector/102800967609921484135http://www.youtube.com/profile_redirector/106048310332568334987https://www.youtube.com/watch?v=1EMFt7m_8yE
65. Die SPD-Werbung – «Ich muss immer an dich denken» [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
http://www.youtube.com/profile_redirector/106048310332568334987http://www.youtube.com/profile_redirector/106048310332568334987http://www.youtube.com/profile_redirector/102800967609921484135http://www.youtube.com/profile_redirector/106048310332568334987(https://www.youtube.com/watch?v=1EMFt7m_8yE)
66. Die SPD-Werbung «Deine Freundin» [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<https://www.youtube.com/channel/UCZZoJRJ7SI6kQYQJOEOYrAg><https://www.youtube.com/channel/UCLleOPfZLMQ3PTgHFpH7dxQ><https://www.youtube.com/watch?v=6hJLq6JJSow>
67. Die SPD-Werbung «Kurz für immer bleiben» [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<http://www.youtube.com/user/CloneThire><https://www.youtube.com/user/LordKain18><https://www.youtube.com/watch?v=DGEmoSFI94Y>
68. Die WDRRebellComedy: Sprachprobleme [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<https://www.facebook.com/mamabenedikt?fref=ufi&rc=ph>http://www.youtube.com/profile_redirector/114164074293816447618(<https://www.youtube.com/watch?v=mYR20p6U9Wg>)
69. Die Welt [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <http://freie.welt.de/>
70. Die ZDDK

<https://www.facebook.com/speerchen?fref=ufi>
<https://www.facebook.com/sp>
<https://www.facebook.com/mimikama.verein/?fref=ufi>
<http://www.mimikama.at/allgemein/darf-es-ein-wenig-hirn-sein-die-reaktion-von-ikea-auf-die-gefllschten-gutscheine-via-whatsapp/>
<https://www.facebook.com/mimikama.verein/?fref=ts>
<https://www.facebook.com/kathrin.meyer.140?fref=ufi&rc=p>
<https://www.facebook.com/speerchen?fref=ufi>
<https://www.facebook.com/ulrike.hoop?fref=ufi>
<https://www.facebook.com/speerchen?fref=ufi>
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1288423177849932&set=p.1288423177849932&type=3>
<https://www.facebook.com/speerchen?fref=ufi>
<https://www.facebook.com/ulrike.hoop?fref=ufi>
<https://www.facebook.com/kathrin.meyer.140?fref=ufi&rc=p>
 [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <http://www.mimikama.at/.../darf-es-ein-wenig-hirn-sein-die-r.../>

71. Egoismus - Nur anerzogenes Verhalten ? Richard David Precht bei Planet Wissen [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=ljkEdQtojxo>
72. Eine Partei in (fast) fünf Minuten: Die SPD http://www.youtube.com/profile_redirector/111538839747175900147 http://www.youtube.com/profile_redirector/102973937255907252538 [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=WNkDGxaRutQ>
73. Ethik-Preis-Rede-Peter-Singer [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=ycMQdYA-tHA>
74. Fanforum-Deutschland [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <http://fanforum-deutschland.de/>
75. FC Bayern vs freekickerz • Ultimative Fußball Challenges [Elektronische Quelle]. – Zugriff : http://www.youtube.com/profile_redirector/103696185820324322833 http://www.youtube.com/profile_redirector/102535374556189960202 http://www.youtube.com/profile_redirector/103696185820324322833 <http://www.youtu>

- be.com/profile_redirector/102535374556189960202https://www.youtube.com/watch?v=jendbJDxsFo
76. Festivals in Deutschland [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <http://www.ringrocker.com/modules.php?op=modload&name=Forum&file=viewforum&forum=9>
 77. FIFA 16 Gameplay | Borussia Dortmund vs FC Bayern Münchenhttp://www.youtube.com/profile_redirector/103859517898395063830http://www.youtube.com/profile_redirector/108231566676531995696http://www.youtube.com/profile_redirector/108231566676531995696http://www.youtube.com/profile_redirector/103859517898395063830http://www.youtube.com/profile_redirector/104294151450339535009http://www.youtube.com/profile_redirector/103859517898395063830http://www.youtube.com/profile_redirector/108231566676531995696http://www.youtube.com/profile_redirector/103859517898395063830http://www.youtube.com/profile_redirector/108231566676531995696[Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=dRNjQBCA2Co>
 78. Forum pop 24[Elektronische Quelle]. – Zugriff : <http://archive.is/http://www.universal-music.de/home/pop>
 79. Frauen – Die so wirklich existieren [Elektronische Quelle]. – Zugriff : http://www.youtube.com/profile_redirector/108341962844455230940http://www.youtube.com/profile_redirector/117577614828966944574(<https://www.youtube.com/watch?v=Ixt0Y9tRIQo>)
 80. Freie Medien News 23: Das Vierte Reich - Unterwerfung der Völker durch die Europäische Union [Elektronische Quelle]. – Zugriff : http://www.youtube.com/profile_redirector/102665629004756327496http://www.youtube.com/profile_redirector/102955341278224510645http://www.youtube.com/profile_redirector/102665629004756327496(<https://www.youtube.com/watch?v=cUSazICuBiM>)
 81. Friedrich Nietzsche - Das Leben bejahen mit Volker Gerhardt

- [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<https://www.youtube.com/watch?v=BBEaVSDRrm8>
82. Galileo Lunch Break: Wie verbringen Muslime den Ramadan in Deutschland? [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
http://www.youtube.com/profile_redirector/109640954730082334911
<http://www.youtube.com/user/777Pinocchio>
<http://www.youtube.com/user/strohbaron>
<http://www.youtube.com/user/777Pinocchio>
<https://www.youtube.com/watch?v=KLXoyY6-2M0>
83. Gold Digger Prank. Das Social Experiment mit dem neuen Audi R8 V10 [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
http://www.youtube.com/profile_redirector/116690644805321438215
<https://www.youtube.com/watch?v=axmhrT2jmWI>
84. Gregor Gysi platzt der Kragen - Absolute Mehrheit [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=eva74TchdxE>
85. Hagen Rether «Liebe» Hörspiel Massenverblödung und Spaßgesellschaft-NEU [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
http://www.youtube.com/profile_redirector/116741373797740068992
http://www.youtube.com/profile_redirector/113159976392644071840
http://www.youtube.com/profile_redirector/116741373797740068992
http://www.youtube.com/profile_redirector/113159976392644071840
http://www.youtube.com/profile_redirector/116741373797740068992
<https://www.youtube.com/watch?v=cb4kG8su9yA>
86. Hammer Vortrag !! Angst-Krankheit, Phobien, Sucht, Angststörung, Psychologie, Lehrvideo / Doku
<https://www.youtube.com/user/AidsCat86>
<https://www.youtube.com/user/timgasda>
 [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<https://www.youtube.com/watch?v=ykPTx7pK4FU>
87. Hape Kerkeling - Evje van Dampen "Liebe ist Arbeit, Arbeit, Arbeit" [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<https://www.youtube.com/watch?v=O9x2oDFrzbM>

88. http://www.youtube.com/profile_redirector/107833646597365039624<http://www.youtube.com/user/mrmurdog100> Era Istrefi at RTL 2 NEWS GERMANY [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=krw1oxkjAuc>
89. http://www.youtube.com/profile_redirector/111456249585620307184http://www.youtube.com/profile_redirector/108523203566424906817[Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=iKdtJ6lph8U>
90. http://www.youtube.com/profile_redirector/116731464270836018701http://www.youtube.com/profile_redirector/107310029880035709292[Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=K3sTjzOw2tc>
91. <https://www.facebook.com/christian.zepernick.75?fref=ufi&rc=p><https://www.facebook.com/andreas.schoettler1?fref=ufi&rc=p>[Elektronische Quelle]. – Zugriff : https://www.facebook.com/spiegelonline/?hc_ref=SEARCH&fref=nf
92. <https://www.facebook.com/kevin.lemke.94?fref=ufi&rc=p>https://www.facebook.com/janole1?hc_location=ufi[Elektronische Quelle]. – Zugriff : https://www.facebook.com/Frautv/?hc_ref=SEARCH&fref=nf
93. <https://www.youtube.com/user/Aristoteles1949><https://www.youtube.com/user/KaLangeweile><https://www.youtube.com/user/Aristoteles1949>[Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=Q6fsbGKhS-k>
94. ICH HASSE ES! (Community-Song) [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=K9dyjTILw00&index=3&list=PL0sHkSjKd2rq0n4dT7nDVsFJ6vI8U63a>
95. Jamie Oliver - Hähnchen in Milch und Zitrone[Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=MqioC0Z4BHs&list=PLs9KfBcAo6LDCCkOc20P-iGJdNSN8iuOH>
96. Jamie Oliver - Heißgeräucherter Lachs [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=ABL3zysZDFw>
97. Kurt Beck (SPD) rastet wegen PIRATEN-Politiker aus. [Elektronische

- Quelle]. – Zugriff : https://www.youtube.com/watch?v=uT-jJAcn_CM
98. LUCY Offizieller Trailer auf Deutsch 2014 Scarlett Johansson
[Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<https://www.facebook.com/MicaelaSchaefer?fref=ts>
http://www.youtube.com/profile_redirector/102368485347430695195
http://www.youtube.com/profile_redirector/118204961312417350273
http://www.youtube.com/profile_redirector/102368485347430695195
<https://www.youtube.com/watch?v=W1FiggL5IGrw>
99. Make up Artist Ausbildung, Reality Show & Modeln #AskMary
[Elektronische Quelle]. – Zugriff :
http://www.youtube.com/profile_redirector/106378787755101181611
http://www.youtube.com/profile_redirector/116690644805321438215
<https://www.youtube.com/watch?v=snKKsXkt0Zw>
100. Marina Weisband bei Precht [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<https://www.youtube.com/watch?v=bDkDAj6pgqk>
101. Mario Götze post-match interview - RB Leipzig v Borussia Dortmund
[Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<http://www.youtube.com/user/peaveyst7>
<http://www.youtube.com/user/ColdHeartedMan86>
<http://www.youtube.com/user/peaveyst7>
(<https://www.youtube.com/watch?v=0xS7q5sZnu0>)
102. Markus Lanz mit Maffay, Bushido, Sido und Precht [Elektronische Quelle].
– Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=jOolAfjv3xg>
103. Markus Lanz trifft Karl Lagerfeld.
<https://plus.google.com/s/minusbrain>
<https://www.youtube.com/channel/UCVSuyRctXIWWT6MscOYC0xw>
<https://plus.google.com/112460978220092920389>
<https://plus.google.com/s/minusbrain>
<https://www.youtube.com/channel/UCVSuyRctXIWWT6MscOYC0xw>
<https://plus.google.com/s/selberselber>
er [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<https://www.youtube.com/watch?v=Ha0Uz5Q5pzU>
104. Mass killer Anders Breivik makes Nazi salute in court

- <https://www.youtube.com/user/simulacrum47>[Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=jCROacW3JVY>
105. Myself [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <http://www.myself.de/portal/blog>
106. nachtstudio |2009| Sex statt Liebe - Wo bleiben die Gefühle? [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=dhvAVtWiokA>
107. Official Video von der Musikgruppe «257ers» - «Baby du riechst» [Elektronische Quelle]. – Zugriff : https://www.youtube.com/user/m0rallyb4nkrupthttp://www.youtube.com/channel/UC99yietWeH_hQtMuOwbQZ_whyhttps://www.youtube.com/user/m0rallyb4nkrupthttp://www.youtube.com/watch?v=X79-bdcGCJU
108. Official Video von der Musikgruppe «SDP» - Männer und Frauen [Elektronische Quelle]. – Zugriff : http://www.youtube.com/profile_redirector/110392652250591703475http://www.youtube.com/profile_redirector/113345857624723590948https://www.youtube.com/watch?v=xQ5uEM7mXIE
109. Offizieller "Bad Moms" Trailer auf Deutsch [Elektronische Quelle]. – Zugriff : http://www.youtube.com/profile_redirector/109025686909358974849http://www.youtube.com/profile_redirector/103842773650568630762http://www.youtube.com/profile_redirector/109025686909358974849http://www.youtube.com/profile_redirector/103842773650568630762https://www.youtube.com/watch?v=uLE6LnUSxJI
110. Offizieller "Ein Ganzes Halbes Jahr" Trailer auf Deutsch [Elektronische Quelle]. – Zugriff : http://www.youtube.com/profile_redirector/109410824281598843032http://www.youtube.com/profile_redirector/103451443537600165179http://www.youtube.com/profile_redirector/109410824281598843032http://www.youtube.com/profile_redirector/103451443537600165179https://www.youtube.com/watch?v=Gsnq7Ebx-tM
111. OLAF SCHUBERT - DER LUSTIGSTE COMEDIAN

- DEUTSCHLANDS http://www.youtube.com/profile_redirector/101739723971032722075 http://www.youtube.com/profile_redirector/108523203566424906817 http://www.youtube.com/profile_redirector/101739723971032722075 http://www.youtube.com/profile_redirector/101739723971032722075 http://www.youtube.com/profile_redirector/108523203566424906817 [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=ApJyTzW8bSc>
112. Philipp Rösler redet über Sahra Wagenknecht's Aussehen [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=9u-FX00lpn8&list=PLjepEb0bzAF7UgXMXwsODtLwwWopIvtrc>
113. Precht - Wie perfekt wollen wir sein? [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=tHlQK2auGNY>
114. Precht / Sascha Lobo [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=ZI3h6SlaSbs>
115. Precht und Spaemann: Tiere essen? [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=lcDkagRMbHQ>
116. Prof. Markus Gabriel: Deutschlands jüngster Philosophieprofessor <https://www.youtube.com/user/TheNERDpower92> <https://www.youtube.com/user/ChillCappedTV> [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=6hRRCLUdaYg>
117. Reiseforum Deutschland [Elektronische Quelle]. – Zugriff : https://www.holidaycheck.de/forum-Deutschland-id_21.html
118. Richard David Precht: "Die vierte industrielle Revolution" [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=OSlnHIJ7zN4>
119. Sahra Wagenknecht bei Pelzig [Elektronische Quelle]. – Zugriff : http://www.youtube.com/profile_redirector/106028158944556780565 http://www.youtube.com/profile_redirector/105092880989592390256 <https://www.youtube.com/watch?v=sDeL89PpS-E>
120. Samstag in Deutschland: Linke gegen Rechte – Pro-Asyl gegen Anti-Asyl <https://www.facebook.com/steffen.ulbricht?fref=ufi> <https://www.facebook.com/devilsoldhersoul?fref=ufi> <https://www.facebook.com/steffen.ulbricht>

- ?fref=ufihttps://www.facebook.com/steffen.ulbricht?fref=ufihttps://www.facebook.com/WolfgangJoop?fref=tshttp://www.youtube.com/profile_redirector/102955341278224510645http://www.youtube.com/profile_redirector/102665629004756327496[Elektronische Quelle]. – Zugriff : https://www.youtube.com/watch?v=_xuEDmUNTAw
121. Sängerin Jamie-Lee Kriewitz. NDR Talk Show https://www.youtube.com/channel/UCbyBeHcNPNUJdYPVpouVxTghttps://www.youtube.com/channel/UCzIPgtaYokQ_h4A_HCjSYowhttps://www.youtube.com/channel/UCbyBeHcNPNUJdYPVpouVxTg[Elektronische Quelle]. – Zugriff : https://www.youtube.com/watch?v=E5WTmvVfgy4
122. Serdar Somuncu über Terroristen, HoGeSa und Salafisten bei Maybrit Illner [Elektronische Quelle]. – Zugriff : http://www.youtube.com/profile_redirector/105782076651521805728http://www.youtube.com/profile_redirector/108159006995074582325https://www.youtube.com/watch?v=MXAKRbi0AH4
123. Sigmund Freud - Die Erfindung der Psychoanalyse ½https://www.youtube.com/user/199gSauerkrauthhttps://de.wikipedia.org/wiki/Karl-Theodor_zu_Guttenberg[Elektronische Quelle]. – Zugriff : https://www.youtube.com/watch?v=bm5DpOvAEfA
124. Standuper Hape Kerkeling als russische Wahrsagerin Dasha - Ein Blick in die Zukunft 2010 [Elektronische Quelle]. – Zugriff : https://www.youtube.com/watch?v=_IWAAtG31r0Qhttp://www.youtube.com/profile_redirector/113744441916614758560http://www.youtube.com/profile_redirector/115394911180333839966http://www.youtube.com/profile_redirector/113744441916614758560http://www.youtube.com/profile_redirector/115394911180333839966
125. Standuper Hape Kerkeling Live!: Deutsche im Ausland [Elektronische Quelle]. – Zugriff : http://www.youtube.com/profile_redirector/102104666788353882924http://www.youtube.com/profile_redirector/115394911180333839966(https://ww

- w.youtube.com/watch?v=547a5esPuqE)
126. Talk-Show «Hart aber Fair»: Die OHNE UNS PARTEI - Bernd Lucke AfD und Sahra Wagenknecht Linke – Bananenrepublik [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<http://www.youtube.com/user/NoNameNerds><http://www.youtube.com/user/Blubberbernd91><http://www.youtube.com/user/KuhFladenWilli><http://www.youtube.com/user/NoNameNerds>(<https://www.youtube.com/watch?v=tISAVm1C-Ps>)
 127. Talk-Show «Hart aber Fair»: Wie viel Islam gehört zu Deutschland? [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<http://www.youtube.com/user/Ghulpisse><http://www.youtube.com/user/BuraakCimbom> <https://www.youtube.com/watch?v=KxBVTkAe-aI>
 128. Talk-Show mit Markus Lanz auf AfD: Bernd Lucke mischt Markus Lanz auf Das Skandal [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<http://www.youtube.com/user/peaveyst7><http://www.youtube.com/user/ColdHeartedMan86><http://www.youtube.com/user/peaveyst7>(<https://www.youtube.com/watch?v=0xS7q5sZnu0>)
 129. Thomas Gottschalk bei Markus Lanz<https://plus.google.com/110271556774133326505><https://plus.google.com/110271556774133326505>[Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<https://www.youtube.com/watch?v=1Dj9AdJiBpc>
 130. Treffpunkt und Forum für Emos [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
<http://www.emoforum.de/>
 131. Unglaubliche Szenen im EU Parlament ! So würde es auch der AFD ergehen [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
http://www.youtube.com/profile_redirector/113275404204437660841http://www.youtube.com/profile_redirector/102535374556189960202<https://www.youtube.com/watch?v=ilSewfUTfe0>
 132. Verstehen Sie Kant?<https://www.youtube.com/channel/UCbkvZQqgOHVBqA5iJMUAAb0>

- Ahttps://www.youtube.com/user/Aristoteles1949[Elektronische Quelle]. – Zugriff : https://www.youtube.com/watch?v=adhRFjbrMrs
133. Video-Blog von Rayk Anders [Elektronische Quelle]. – Zugriff : https://www.youtube.com/watch?v=J_h5ymRJRUK
134. Volker Pispers - Berufsgruppen die diese Welt nicht braucht [Elektronische Quelle]. – Zugriff : https://www.youtube.com/watch?v=ko5CCSomDMY
135. Volker Pispers - Die Internetzensur 2009 [Elektronische Quelle]. – Zugriff : https://www.youtube.com/watch?v=W8yupj3C0Tc
136. Volker Pispers - Meinungen und Stimmungen 2014
http://www.youtube.com/profile_redirector/100976336480945716429
http://www.youtube.com/profile_redirector/113701666254101564072
http://www.youtube.com/profile_redirector/100976336480945716429
http://www.youtube.com/profile_redirector/113701666254101564072
http://www.youtube.com/profile_redirector/114003901398924079534[Elektronische Quelle]. – Zugriff : https://www.youtube.com/watch?v=RA-cJjMI8Mg
137. Volker Pispers - zur Ukraine zur WM [Elektronische Quelle]. – Zugriff : https://www.youtube.com/watch?v=8NDBjJak5yU
138. Volker Pispers Analyse über 9/11 [Elektronische Quelle]. – Zugriff : https://www.youtube.com/watch?v=RYsf4BIX2WU
139. Volker Pispers Satire comedy Deutsch Show: Der Dumme Deutsche (WDR) [Elektronische Quelle]. – Zugriff :
http://www.youtube.com/profile_redirector/109724464612386852513
http://www.youtube.com/profile_redirector/107335054047893326410
http://www.youtube.com/profile_redirector/109724464612386852513
<https://www.youtube.com/watch?v=06sAmcY25U0>
140. Volle Kanne - Richard David Precht [Elektronische Quelle]. – Zugriff : https://www.youtube.com/watch?v=M5_l0c0CbQc
141. WM Finale 2014 Deutschland vs Argentinien letzte 15 min
http://www.youtube.com/profile_redirector/115658905505172283377
http://www.youtube.com/profile_redirector/115658905505172283377[Elektron

- ische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=Rh4UjtgG200>
142. Yahoo sports blog [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://de.sports.yahoo.com/blogs/>
143. YouTube Schönheitsblog von AphrodiAAA [Elektronische Quelle]. – Zugriff: <http://www.youtube.com/user/P3gasus><http://www.youtube.com/user/YesIAmThatCoolBitch><https://www.youtube.com/watch?v=ziza-gGoNbY>
144. YouTube Schönheitsblog von Nilam [Elektronische Quelle]. – Zugriff : http://www.youtube.com/profile_redirector/109441524892126923861http://www.youtube.com/profile_redirector/107097528596245901668http://www.youtube.com/profile_redirector/109441524892126923861http://www.youtube.com/profile_redirector/107097528596245901668http://www.youtube.com/profile_redirector/109441524892126923861http://www.youtube.com/profile_redirector/107097528596245901668http://www.youtube.com/profile_redirector/109441524892126923861<https://www.youtube.com/watch?v=esYO5YaucqQ>
145. ZDF Precht - Gefährliche Freiheit [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=hIwed4VoYvY>
146. Zielen und laufen - Aufwärmen - Fußballtraining auf Soccerdrills.de [Elektronische Quelle]. – Zugriff : <https://www.youtube.com/watch?v=EpU61NetxYM>

ДОДАТОК А

КЛАСИФІКАЦІЯ ТАКТИК

У РАМКАХ СТРАТЕГІЇ ЗАВДАННЯ ОБРАЗИ В ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ

Назва тактики	Пропозиційний смисл	Об'єкт негативної оцінки	Індикатори (виділено жирним шрифтом) та мовленнєві засоби	Приклад
Тактика дискримінації (підтип – тактика навішування ярликів)	<p><i>Ти поганий, оскільки ти представник поганої групи. В основі тактики лежить опозиція: «МИ-група» — «ВОНИ-група»</i></p>	<p>Соціальна та групова приналежність (вік, стать, національність, расова приналежність, членство в партії, групі за інтересами, приналежність до конфесії)</p>	<p>Лексико-граматичні засоби: лексеми, що позначають належність до певної групи (національність, віросповідання, ідеологія, рід занять, гастрономічні вподобання, хобі і т. ін.), дієслова, іменники та прислівники з семою негативної оцінки; модальні частки, градуальні частки, частки у ролі інтенсифікаторів, посилювальні прислівники, вигуки, прецедентні імена, емоційно конотовані лексеми,</p>	<p><<i>jet lee</i>>: <i>Du bist jetzt nun erbärmlicher negrid... Wenn Du zur negriden Rasse gehörst, so soll Dir Dein schlechtes Benehmen v e r g e b e n sein!</i> <i>[Du bist schlecht, weil du zu einer anderen Rasse gehörst].</i> <<i>BlackTitan HD</i>>: <i>Wenn Dummheit Weh täte...Bestimmt kann man nur Gehässigkeiten hinterlassen juhuh</i> 🤪🤪🤪 (https://www.youtube.com/watch?</p>

			<p>оказіоналізми, стилістично знижена лексика (<i>kotzen, ewiggestrig, denkbefreit, dünnpfiff</i>); метафоричні вирази, прикметники у звичайному та порівняльному ступені, присвійні займенники <i>dein, euer</i>.</p> <p><u>Синтаксично-пунктуаційні засоби:</u> еліпсис, інверсія, повтор, імператив, використання розділових знаків з додатковою прагматичною метою, еліптичні структури.</p> <p><u>Графічні засоби:</u> використання верхнього регістру клавіатурного набору, емотикони у якості засобу передачі емоцій, зміна шрифту</p>	<p>v=J_h5ymRJRUK)</p> <p><whitemanrunshim>: <i>Statistisch gesehen ist einer von 4 Männern in Deutschland Schwul. (geoutet oder nicht)</i></p> <p><Julian Weber>: <i>Und was ist schlimm daran schwul zu sein?! drecks homophob.</i></p> <p><i>[Du bist schlecht, weil du wie Homophobe denkst].</i></p> <p><whitemanrunshim>: <i>hab ich dich irgendwie angegriffen, oder wieso beleidigst du mich jetzt?</i></p> <p>(http://www.youtube.com/watch?v=hTheVwj648)</p>
Тактика	<i>Тu поганий як</i>	Чесць та гідність	<u>Лексико-граматичні засоби:</u>	< <i>Eddi Kette</i> >: <i>Schnauze! Das ist</i>

<p>принижен ня</p>	<p><i>особистість в цілому, твої цінність та гідність мені байдужі, все, що ти робиш – погано не само по собі, а через те, що пов'язано з твоєю особистістю.</i> Тактика пов'язана із самооцінкою.</p>	<p>суб'єкта</p>	<p>стилістично знижена, зокрема обценна лексика; модальні частки та модальні слова (<i>wohl, nur, anscheinend, offensichtlich, nichtmal</i>); градуальні частки, посилювальні частки, надузагальнення із використанням займенника <i>keiner</i>, особові та присвійні займенники. <u>Синтаксично-пунктуаційні засоби:</u> конструкції «<i>solch (ein) X wie du/j-d</i>», де <i>X</i> — лексема с негативно-оцінним компонентом в структурі значення; імператив; риторичні запитання; афективний/емоційний синтаксис, зокрема екскламативи; використання розділових знаків з додатковою прагматичною метою.</p>	<p><i>meine eigene Meinung, die ich rauslasse. Was kann man aber von «<u>Ms. Benett</u>» erwarten. +> Ungeachtet deines Nachnamens zeugen deine persönlichen Eigenschaften davon, dass du gar keine Lady bist.</i> <i><Emma Benett>: halt die Schnauze!</i> <i>(https://www.facebook.com/Deichkind/?fref=ts)</i></p>
-------------------------------	--	-----------------	--	---

			Графічні засоби: емотикони як засоби передачі емоцій, графічні , зокрема шрифтові , виділення.	
Тактика ураження	<i>Ти поганий за певною ознакою, що притаманна твоїй особистості і є вадю.</i>	Особисті якості (зовнішність, ментальні здібності, тобто різні аспекти структури особистості)	Лексико-граматичні засоби: лексеми, що містять негативну оцінку; оцінні префікси та суфікси на позначення людей та явищ (<i>Untermensch, Unterschichtler, Völkchen</i>); скорочення (<i>Dubido ← du bist doof, wtf ← what the fuck</i>); есхрофемізми , основою яких є ніки та імена користувачів (<i>Scheisel — Scheidel; Müllmann — Düllmann; Katz — Kaatz</i>); іронічно вживані прецедентні імена та саркастична номінація адресата (<i>Herr Psychologe, Hobby Psychologe, Herr Übermensch, Ms. Benett, Thomas</i>	< <i>Maurice Himmelmann</i> >: <i>Anhand deiner Rechtschreibung muß man dich leider als Saudumm einstufen.</i> < <i>Justus Kettrukat</i> >: <i>SchnauZZZeeee!</i> (https://www.youtube.com/watch?v=ilSewfUTfe0)

			<p><i>Mann, Dampfblauer-Tusnelda, Schlagerfee</i>); займенники (<i>du, dir, dein</i>); модальні частки та модальні слова; аксіологічні предикати та їх еквіваленти (<i>glauben, denken, einschätzen etc.</i>), зокрема епістемічні слова (<i>scheinen, erscheinen als; wie ich sehe, wie ich schätzen kann, von mir aus, wie es mir vorkommt, wie es mir erscheint</i>); модальні дієслова (<i>sollen, müssen</i>), модальні прислівники; посилючі перші частини слів (<i>vollgekotzt, Vollidiot, mega-</i>); поєднання семантично несумісних лексем у складних словах (<i>Weißwürstchen-Hirn, Dumpfbacke, Erfolgsfan von Beruf</i>); оказіоналізми (<i>Bushkind,</i></p>	
--	--	--	--	--

			<p><i>Posterboy, Dampflauder-Tusnelda, "Schlägereiiii"-Niveau).</i></p> <p><u>Синтаксично-пунктуаційні засоби:</u> вживання умовного способу (в тому числі в безособових конструкціях) в нереальних умовних реченнях (<i>Konjunktiv II, Konditionalis</i>); питальні речення; парентетичні вирази зі значенням суб'єктивності, повтори; багатокрапка.</p> <p><u>Графічні засоби:</u> емотикони, графічні апроксиматори емоцій.</p>	
<p>Тактика спаплюже ння</p>	<p><i>Ти поганий, оскільки те, що для тебе є важливим, дорогим, святим –</i></p>	<p>Особисті цінності (мораль, віросповідання, філософські</p>	<p><u>Лексико-граматичні засоби:</u> оказіоналізми, епітети, метафори, метонімія; стилістично знижена лексика; лексика з пейоративним значенням; посилювальні частки;</p>	<p><<i>Lolfeeder</i>>: <i>Es ist besser, dass du nicht mehr in Deutschland bist, ansonsten würdest du <u>deinen geistigen Durchfall in deinem sozialen Umfeld auch verbreiten.</u></i></p>

	<i>погане. Тактика пов'язана із ціннісною картиною індивіда.</i>	<i>погляди, світогляд, вміння, смаки, інтереси)</i>	словотвір. <u>Синтаксично-пунктуаційні засоби:</u> порушення структури рамкових конструкцій, інверсія, анафора, синтаксичний паралелізм, парцеляція, різноманітні розділові знаки. <u>Графічні засоби:</u> емотикони, графічні позначення емоцій.	+> <i>Deine Ideen sind dumm.</i> < Somi Sweet >: <i>Hunde die bellen beißen nicht</i> 🤖 🤖 (https://www.youtube.com/watch?v=snKKsXkt0Zw)
Тактика глузування	<i>Ти поганий, оскільки ти/твоя поведінка смішні.</i>	Поведінка та інші ознаки й якості адресата, що стають об'єктом насмішки	<u>Лексико-граматичні засоби:</u> прецедентні імена в іронічному вживанні, еративи, в тому числі есхрофемізми, okazionalizmi, евфемізми, апокопи, алітерації, сленгові деабривіації, спунерізми, семантична декомпозиція фразеологізмів; вигуки, в тому числі ті, що слугують для передачі	< Dayrunner13 >: <i>Kann man ohne Anglieziesmen nicht auskommen?</i> < MacSpe >: *anglieziesmen < Dayrunner13 >: <u>Ein Euro in die Klugscheißer Dose bitte</u> < MacSpe >: <i>Da hast du allerdings recht</i> 😂 😂 😂 🏆 🏆 🏆 🏆 🏆 🏆 +> <i>Deine Versuche sich klug zu</i>

			<p>емоцій (<i>ach, au, pfui, o, hä?, haha, Mensch, Mist, Scheiße, meine Güte, geh, komm, igitt, Maaaaan, bitte, BITTE, Hallo, boah, НАНА, Hmmm, bhhh, Tja, blablabla, örrghh</i>);</p> <p>модальне дієслово (<i>lassen</i>).</p> <p><u>Синтаксично-пунктуаційні засоби:</u> риторичні запитання;</p> <p>конструкції з використанням кон'юнктивів, еліпсис.</p> <p><u>Графічні засоби:</u> емотикони; шрифтові виділення.</p>	<p><i>machen sind laecherlich.</i></p> <p>(https://www.youtube.com/watch?v=HxO7xmu24_0)</p>
--	--	--	--	---

<p>Тактика дискредитації</p>	<p><i>Ти поганий, оскільки ти некомпетентний і не розумієшся в цій справі/темі.</i></p>	<p>Компетентність (вміння, навички, результати праці)</p>	<p><u>Лексико-граматичні засоби:</u> присвійні займенники, лексичні одиниці, що виражають знеособлену невизначеність (<i>jemand/etwas</i>, прецедентне ім'я <i>Karl</i>), модальні дієслова, часто у формі <i>Konjunktiv II</i>, імперативи із заперечною часткою <i>nicht</i> та заперечним займенником <i>kein</i>, неологізми та okazionalizmi з пейоративним значенням, присвійні займенники (<i>unser, mein, dein, euer</i>), конструкція <i>du hättest/wärest lieber</i>, інтродуктивний анафоричний особовий займенник <i>Ich</i>.</p> <p><u>Синтаксично-пунктуаційні засоби:</u> риторичні запитання;</p>	<p><TheJustJoined>: <i>Bitte lern Deutsch und Rechtschreibung... achso du bist ja RTL Zuschauer: <u>DEUTSCH LERN DU DANN SCHREIBEN TUN ERST!</u> D.E.P.P. +> Du kannst Deutsch nicht.</i></p> <p><Dr Bones>: 🙄🙄🙄 (https://www.youtube.com/watch?v=krwIoxkjAuc)</p>
-------------------------------------	---	---	---	---

			<p>наказовий спосіб у поєднанні з модальним словом <i>lieber</i>, дієслівні групи в формі <i>Konjunktiv II</i> в умовних нереальних реченнях та у якості маркерів ввічливості у поєднанні з нещирістю, що призводить до іронічного або саркастичного ефекту.</p> <p><u>Графічні засоби:</u> емотикони; шрифтові виділення.</p>	
--	--	--	--	--

ДОДАТОК Б

РОЗПОДІЛ ТАКТИК ЗАВДАННЯ ОБРАЗИ ЗА КІЛЬКІСТЮ

Назва тактики	Пропозиційний смисл	Кількість випадків реалізації тактик	% від загальної кількості
Тактика дискримінації (у т. ч. тактика навішування ярликів)	<i>Ти поганий, оскільки ти представник поганої групи (різні соціальні параметри такі, як вік, стать, національність, расова приналежність)</i>	372	17,3 %
Тактика приниження	<i>Ти поганий як особистість в цілому, твої цінність ті гідність мені байдужі, все, що ти робиш – погано не само по собі, а через те, що пов'язано з твоєю особистістю</i>	133	6,2 %
Тактика ураження	<i>Ти поганий за певною ознакою, що притаманна твоїй особистості і є вадюю</i>	792	36,8 %
Тактика спаплюження	<i>Ти поганий, оскільки те, що для тебе є важливим, дорогим, святим – погане</i>	209	9,7 %
Тактика глузування	<i>Ти поганий, оскільки ти/твоя поведінка смішні</i>	185	8,6 %

Тактика дискредитації	<i>Ти поганий, оскільки ти некомпетентний і не розумієшся в цій справі/темі</i>	460	21,4 %
Загалом		2151	100 %

ДОДАТОК В

КІЛЬКІСНІ ПОКАЗНИКИ ЩОДО ЕКСПЛІЦИТНОГО ЧИ ІМПЛІЦИТНОГО ЗАЗНАЧЕННЯ ОБ'ЄКТА ОЦІНКИ ТА ВИРАЖЕННЯ НЕГАТИВНОЇ ОЦІНКИ

Таблиця 1

Співвідношення експліцитних та імпліцитних елементів
у висловленнях по всьому дискурсивному матеріалу

2151 дискурсивний фрагмент (100 %)	«+» Експліцитно виражена негативна оцінка	«-» Імпліцитно виражена негативна оцінка
«+» Експліцитне посилання на об'єкт оцінки	889 (41,3 %)	636 (29,6 %)
«-» Імпліцитне посилання на об'єкт оцінки	296 (13,8 %)	330 (15,3 %)

Таблиця 2

Співвідношення експліцитних та імпліцитних елементів
у висловленнях у тактиці дискримінації

372 дискурсивні фрагменти (100 %)	«+» Експліцитно виражена негативна оцінка	«-» Імпліцитно виражена негативна оцінка
«+» Експліцитне посилання на об'єкт оцінки	196 (52,7 %)	99 (26,6 %)
«-» Імпліцитне посилання на об'єкт	61 (16,4 %)	16 (4,3 %)

оцінки		
--------	--	--

Таблиця 3

**Співвідношення експліцитних та імпліцитних елементів
у висловленнях у тактиці приниження**

133 дискурсивних фрагментів (100%)	«+» Експліцитно виражена негативна оцінка	«-» Імпліцитно виражена негативна оцінка
«+» Експліцитне посилання на об'єкт оцінки	64 (48,1 %)	46 (34,6 %)
«-» Імпліцитне посилання на об'єкт оцінки	0 (0,0 %)	23 (17,3 %)

Таблиця 4.

**Співвідношення експліцитних та імпліцитних елементів
у висловленнях у тактиці ураження**

792 дискурсивні фрагменти (100 %)	«+» Експліцитно виражена негативна оцінка	«-» Імпліцитно виражена негативна оцінка
«+» Експліцитне посилання на об'єкт оцінки	329 (41,5 %)	255 (32,2 %)
«-» Імпліцитне посилання на об'єкт оцінки	107 (13,5 %)	101 (12,8 %)

Таблиця 5

**Співвідношення експліцитних та імпліцитних елементів
у висловленнях у тактиці спаплюження**

210 дискурсивних фрагментів (100 %)	«+» Експліцитно виражена негативна оцінка	«-» Імпліцитно виражена негативна оцінка
«+» Експліцитне посилання на об'єкт оцінки	109 (51,9 %)	29 (13,8 %)
«-» Імпліцитне посилання на об'єкт оцінки	62 (29,5 %)	10 (4,8 %)

Таблиця 6

**Співвідношення експліцитних та імпліцитних елементів
у висловленнях у тактиці глузування**

184 дискурсивних фрагментів (100 %)	«+» Експліцитно виражена негативна оцінка	«-» Імпліцитно виражена негативна оцінка
«+» Експліцитне посилання на об'єкт оцінки	64 (34,8 %)	61 (33,2 %)
«-» Імпліцитне посилання на об'єкт оцінки	12 (6,5 %)	47 (25,5 %)

**Співвідношення експліцитних та імпліцитних елементів
у висловленнях у тактиці дискредитації**

460 дискурсивних фрагментів (100 %)	«+» Експліцитно виражена негативна оцінка	«-» Імпліцитно виражена негативна оцінка
«+» Експліцитне посилання на об'єкт оцінки	127 (27,6 %)	146 (31,7 %)
«-» Імпліцитне посилання на об'єкт оцінки	54 (11,7 %)	133 (28,9 %)