

## РЕЧЕВОЙ ЖАНР КОММЕНТАРИЯ КАК СПОСОБ РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ УЧАСТНИКОВ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ОПРОСА)

*И. И. Дебердиева*

**Ключевые слова:** комментарии, комментирование, сетевой жанр, сетевой дискурс, социальная потребность, новая искренность.

**Keywords:** comments, commenting, network genre, network discourse, social need, new sincerity.

DOI: 10.14258/filichel(2024)1-05

Сегодня значительная часть жизни человека проходит в «гиперреальности», «надреальности» — сетевом пространстве, сетевом дискурсе, представляющими собой новые медиа. Под медиа понимают и средства коммуникации, и способы передачи информации, а также само медиапространство как формируемую ими среду. Согласно М. Д. Болычевой, возникновение новых медиа обусловлено «потребностями человека цифровой эпохи, характером его взаимоотношений с социумом и окружающим миром» [Болычева, 2018, с. 159]. При этом «личностные и социальные последствия любого средства коммуникации — т.е. любого нашего расширения вовне — вытекают из нового масштаба, привносимого каждым таким расширением в наши дела» [Маклюэн, 2003, с. 6].

Современные сетевые средства коммуникации — новый способ расширения личности, а именно: самовыражения, обеспечения взаимосвязи, взаимовыражения, взаимопознания, переживания взаимоотношений, взаимопроявления и управления, взаимовлияния и др., т.е. реализация различных социальных потребностей. В справочной [Психология, 2000; Давлетчина, 2005, с. 30; Платонов 1984, с. 98; Немов, 2007, с. 303] и научной литературе [Халтурин, 2015; Афанасьева, 2016] к социальным потребностям относят:

- потребность в аффилиации: активном и продуктивном общении, эмоциональном общении, чувственности, взаимодействии с людьми, потребность в интимности — в более близких отношениях — дружбе, любви;

- потребность в получении помощи, потребность послушания;
- потребность одиночества (изоляции);
- в одобрении окружающих, признании его как личности с их стороны, в установлении статуса в группе (статусная потребность), стремлении к власти (влиянию) в определенном социуме,
- в самовыражении, творчестве;
- в самоутверждении, повышении самооценки, достижении успехов и избегании неудач;
- потребность в этнической, половой, религиозной самоидентификации, обеспечении социальных прав;
- в познании (познавательная потребность, потребность в знаниях);
- в труде, активной общественной деятельности;
- потребность в красоте (удовлетворении эстетического вкуса);
- социализованные биологические потребности (голод, половое влечение, экологические потребности).

Если какая-либо из потребностей не удовлетворена, индивид может идти на конфликт. Конфликтогенными являются «потребности в определенном статусе в группе, а также в соответствующей роли в межличностных отношениях, потребность в признании» (Анцупов). Так, может возникнуть потребность в разрешении внутреннего конфликта личности или внешнего конфликта при столкновении интересов личностей или групп.

Социальная основа потребностей складывается, с одной стороны, из ценностных установок конкретного индивида, с другой стороны, на основе менталитета как «совокупности установок и предрасположенностей индивида или социальной группы действовать, мыслить, чувствовать и воспринимать мир определенным образом» (Современная западная философия, 1998, с. 249-250). Между тем участники сетевой коммуникации не просто механически действуют в соответствии с законами общества, в первую очередь они субъекты, свободно осуществляющие социальную деятельность, реализующие собственные интересы (по [Ершов, 2014]). Поэтому при исследовании интенций адресата и адресанта в сетевой среде необходимо учитывать их интересы, ценности, предпочтения.

Таким образом, социальные потребности — «потребности, связанные с определенными аспектами социального поведения» (Психология, 2000). С одной стороны, социальные потребности «обуславливают взаимосвязь социальных объектов с внешней средой, представляют собой побудительную силу, необходимую для жизнедеятельности общества, его функционирования как социокультурной системы» [Мигунова, 2018]. С другой стороны, это неотъемлемая часть саморазвития лично-

сти, «сложный комплекс совокупных нужд личности и ее потребительских предпочтений» [Там же].

Социальные потребности могут быть выявлены через интенции коммуникантов, которые говорят о заинтересованности в удовлетворении той или иной потребности в процессе деятельности потребления. Способ удовлетворения потребностей в практической жизнедеятельности человека представляет собой габитус как привычную манеру действовать, источник поведения «цивилизованных» людей (по Н. Элиасу). Это «комплекс субъективных значений объективных социальных структур, в которые индивид был интегрирован в процессе своей социализации (М. Фуко)» (Н. А. Шматко), т.е. воспроизводство во внутренней структуре личности внешних социальных структур. Таким образом, текстообразование и восприятие текста коммуникантами в сетевом дискурсе отражает структуру цифрового общества, определяется диктуемыми ей средствами и способами коммуникации. Подтверждение этому находим в работах О. Ф. Русаковой, где дискурс понимается как «способ говорения, обусловленный социальными институтами и социальными отношениями» [Русакова, 2007], закрепленный в форме соответствующих речевых жанров.

Речевые жанры — это относительно устойчивые типы высказываний, закрепленные за определенной сферой использования языка (по [Бахтин, 1996]). В рамках сетевого дискурса сформировалась система сетевых жанров. В свою очередь, сетевые жанры можно определить как относительно устойчивые типы высказываний, а также нормы текстообразования, определяющие структуру и прагматику текстов интернет-дискурса.

Жанровые особенности сетевых текстов определены спецификой и задачами сетевой коммуникации, которая носит остенсивно-инференционный, полилогичный, групповой характер, отличается многоканальностью и разнообразием контента, гипертекстуальностью. Задачами сетевого общения являются: быстрое потребление информации, одновременное общение в нескольких чатах, возможность мгновенной обратной связи, вовлечение в контент и удержание внимания пользователей, высокая частота публикаций и др. (по [Дебердиева, 2022а, с. 75]).

Комментарии — первичный жанр сетевой речи (User-generated content; далее — UGC), носителем речевой коммуникативной интенции которого являются посетители сайта, адресанты любого текста в семиотическом смысле этого слова, опубликованного в Сети. С точки зрения временной коммуникативной модальности это жанр мгновенного ответа, предполагающий возможность общения в реальном времени наряду с функцией отложенного отзыва.

Специфика текстов комментариев заключается в остенсивно-инференционном элементе, «способности к неограниченному воспроизведению в других жанровых формах» [Дебердиева, 2022б, с. 46], таких как чат, трансляция, комментарии, пост, галерея, видеоролик, блог, статья, электронный дневник и др.

Существенной чертой грамотно составленного комментария является «наличие обращения — к оппоненту на форуме обсуждений или автору поста» [Дебердиева, 2022б, с. 46], что позволяет обеспечить соблюдение принципа паритетности, речевого этикета. Между тем если главный принцип классического речевого этикета — паритетность, то принципом нетикета можно считать приоритетность *ИМХО* в общении.

*ИМХО* — слово, выражающее субъективность говорящего, близко по значению вводному слову «по-моему» или словосочетанию «на мой взгляд» (от английской аббревиации *IMHO* — «in my humble opinion» — «по моему скромному мнению». Синонимично «личное мнение», «убеждение» (Словарь языка интернета. 2016. С. 45)). UGC может включать пояснения к тексту, рассуждения, замечания, основанные на фактах, или собственно *ИМХО*.

Чтобы выяснить, какие коммуникативные потребности лежат в основе создания комментариев, а также нормы построения и функционирования комментариев, нами был проведен опрос русскоязычных пользователей сети Интернет «Почему мы пишем и читаем комментарии?»<sup>1</sup>.

В опросе принял участие 91 чел. в возрасте от 15 до 53 лет, из них 72% — пользователи женского пола (1, 2 вопросы) (см. рис. 1, 2).

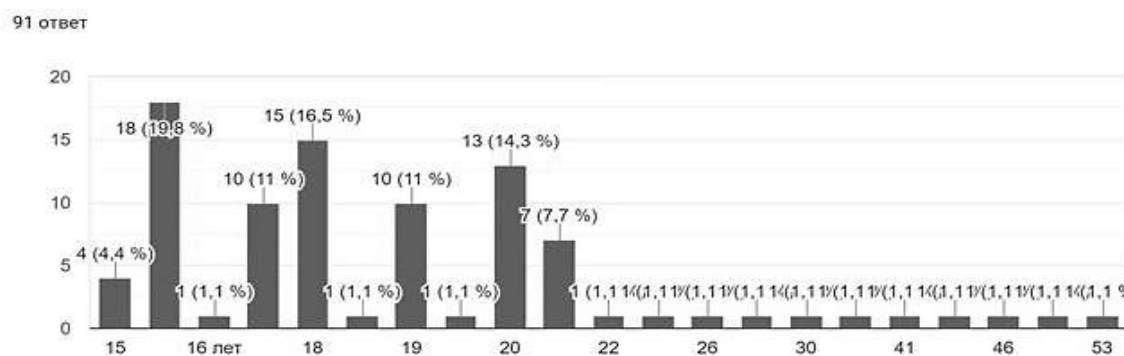


Рис. 1. Возраст респондентов

<sup>1</sup> Опрос «Почему мы пишем и читаем комментарии?». URL: <https://docs.google.com/forms/d/1HNcluCCjG3Gfz7osRRsJ4rbXK875z4MExgDoVUCWObA/edit>

91 ответ

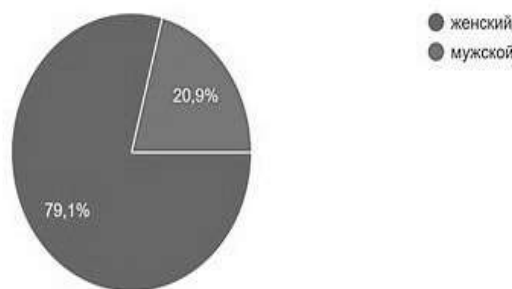


Рис. 2. Пол респондентов

Третий и четвертый вопросы («На каких сайтах, платформах видеостриминга, других медиаплатформах, в социальных сетях Вы читаете или пишете комментарии?», «Под какими постами, чатами, форумами, блогами Вы читаете или пишете обычно комментарии (сфера интересов)?») позволили определить медиаплатформы, где написание и чтение комментариев является распространенным, продуктивным речевым действием, и сферы интересов пользователей, содержащие интенцию к комментированию как речевой деятельности (рис. 3, 4).

91 ответ

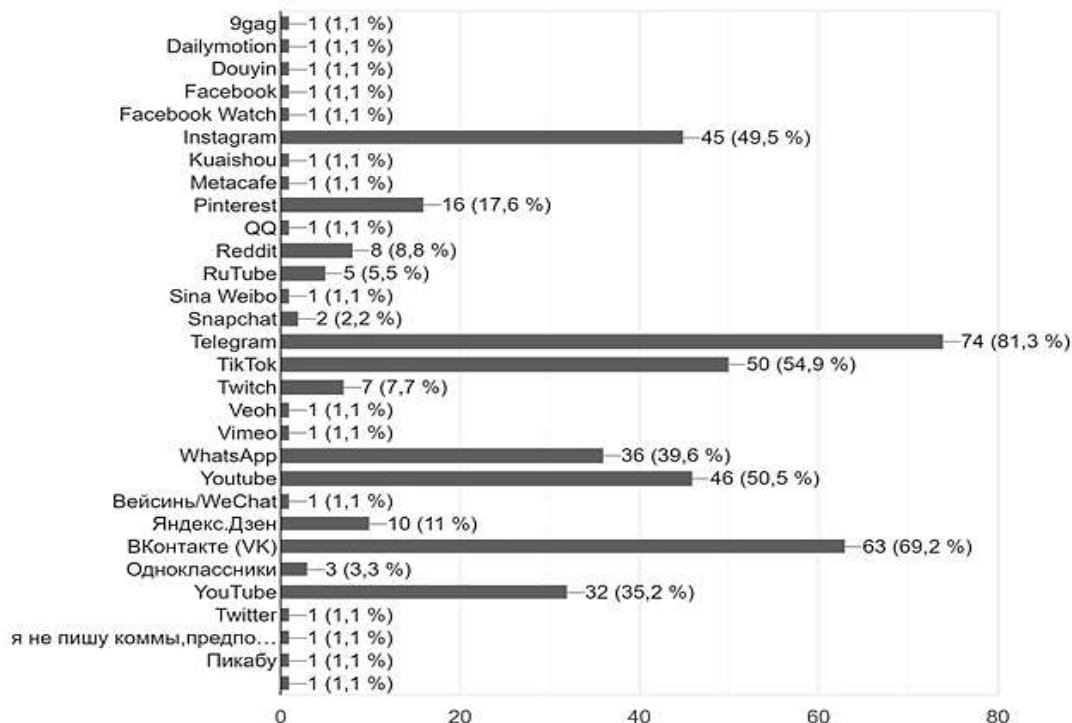


Рис. 3. Результаты опроса.

Вопрос 3. На каких сайтах, платформах видеостриминга, других медиаплатформах, в социальных сетях Вы читаете или пишете комментарии?

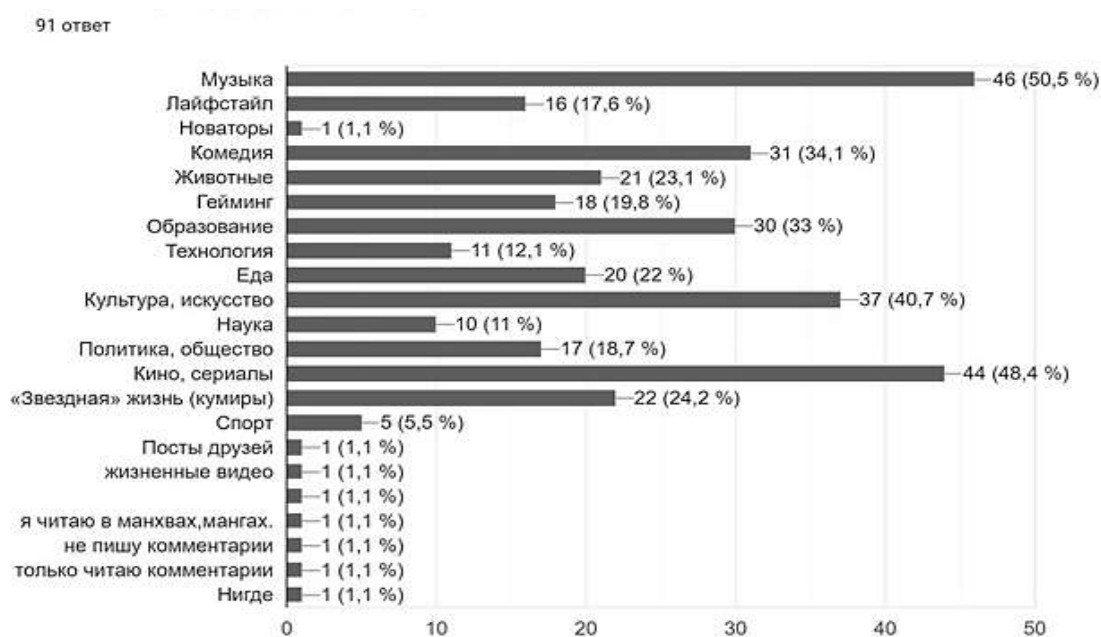


Рис. 4. Результаты опроса.

Вопрос 4. Под какими постами, чатами, форумами, блогами Вы читаете или пишете обычно комментарии (сфера интересов)?

Было установлено, что чаще всего респонденты пишут комментарии в Telegram-канале (81,3%), социальной сети «ВКонтакте» (VK) (69,2%) и видеохостинге YouTube (50,5%).

Наиболее популярной сферой интересов, содержащей интенцию к чтению и написанию комментариев, является сфера музыки (50,5%), не менее популярна «звездная жизнь» (личная жизнь известных личностей, поп-звезд, звезд кино и телевидения) — 48,4% и смежная ей сфера культуры и искусства — 40,7%.

Задачей 5 и 6 вопросов «Почему Вы пишете комментарии?» и «Почему Вы читаете комментарии?» было выяснить, какие именно социальные потребности пытаются удовлетворить респонденты в процессе создания или чтения комментариев.

В 5 вопросе были даны следующие варианты — возможные причины написания комментариев, — отражающие классификацию социальных потребностей, предложенную выше:

- 1) хочу пообщаться по существу: оставить свой отзыв на мнения других — потребность в активном и продуктивном общении;
- 2) хочу обменяться эмоциями, поделиться чувствами — потребность в эмоциональном общении, чувственности;

- 3) хочу обозначить свое мнение — потребность в самовыражении, самоутверждении;
- 4) хочу побыть один, «наедине с собой», сбежать от «бытовухи», подалее от семьи, одноклассников, коллег, в кругу незнакомых людей — потребность одиночества (изоляция);
- 5) хочу доказать другим, что мое мнение правильное, получить одобрение у окружающих — потребность в одобрении окружающих, признании с их стороны;
- 6) хочу доказать другим, что я лучше разбираюсь в этом вопросе, показать, кто есть кто тем, кто зазнался или не прав, — статусная потребность, потребность в стремлении к власти (влиянию) в определенном социуме;
- 7) хочу раскрыть себя, создать что-то новое, необычное — потребность в творческом самовыражении;
- 8) хочу доказать себе, что я не хуже других, увидеть «лайки» на своих комментариях — потребность в самоутверждении, повышении самооценки, достижении успехов и избежании неудач;
- 9) хочу чем-то заниматься, не сидеть без дела, приносить пользу людям — потребность в активной общественной деятельности, самореализации;
- 10) хочу написать что-то правильное и прекрасное во всех смыслах — потребность в красоте;
- 11) хочу пообщаться с представителями другого пола, ответить на их комментарии — биологическая (половая) потребность, сексуальная реализация.

Также было оставлено несколько «открытых» полей для оригинальных вариантов, предлагаемых самими респондентами.

В ходе опроса были получены следующие результаты (см. рис. 5).

Из сформулированных нами ответов-потребностей на вопрос о причинах написания комментариев наиболее популярными были следующие: «хочу обменяться эмоциями» — потребность в эмоциональном общении (51,6%), «хочу обозначить свое мнение» — потребность в самовыражении (около 32%), «хочу пообщаться по существу» — потребность в активном и продуктивном общении (17,6%). Две последних группы ответов можно объединить в потребность в аффилиации. Можно сделать промежуточный вывод, что пользователи Сети — носители современного русского языка — создают новый цифровой социалингвистический дискурс, призванный удовлетворить их потребности в социальном взаимодействии на новом эмоционально-познавательном уровне, а также

потребность в самовыражении как расширении себя вовне, определяющим существование феномена «новой искренности».

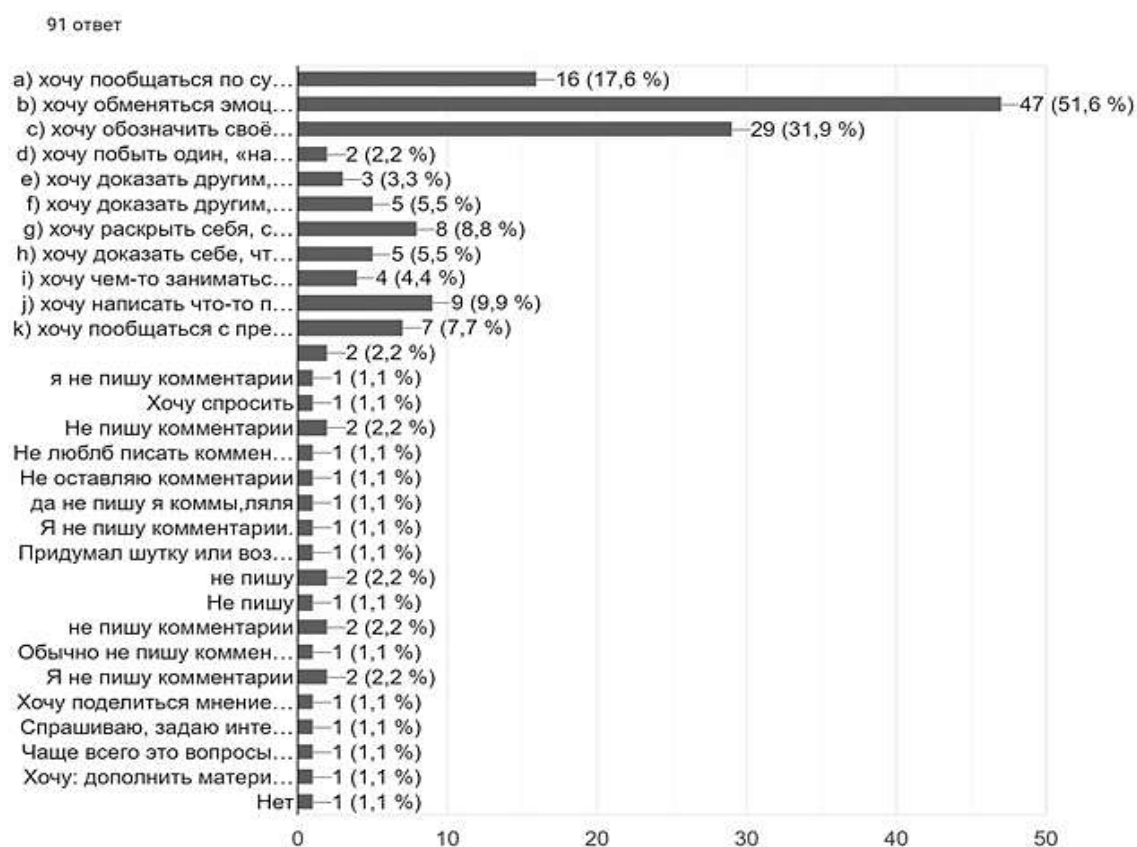


Рис. 5. Результаты опроса. Вопрос 5. Почему Вы пишете комментарии?

Между тем, 16 чел. не пишут комментарии (17%), не имеют потребности в их написании, указывая, что предпочитают их читать.

Интерес представляют «открытые» ответы. Из 6 чел., назвавших свои причины написания комментариев, 3 чел. (3,3%) пишут комментарии с целью задать вопрос — реализовать познавательную потребность, 1 чел. указал, что хочет «поделиться мнением», 1 чел., что «придумал шутку или возникла индексная мысль при просмотре видеопоста» (этот ответ следует отнести к ответу «хочу обозначить свое мнение» и «эмоциональное общение»), 1 чел. — «хочу дополнить материал, уточнить существенные ошибки, помочь людям» — потребность в самовыражении, самоутверждении, самореализации. Таким образом, наиболее частотным открытым ответом стал ответ, связанный с удовлетворением «познавательной потребности» в процессе написания (создания) комментариев в структуре диалога, общения «нон-стоп» для уточнения или пополнения знания.



В 6 вопросе были предложены следующие варианты — возможные причины возникновения интереса к чтению комментариев, — отражающие классификацию социальных потребностей, предложенных выше:

- 1) хочу пообщаться по существу: узнать мнения других, а потом оставить свой отзыв — потребность в аффилиации: активном и продуктивном общении,
- 2) хочу узнать чувства и отношение других к этой проблеме, их эмоциональней отклик — потребность в эмоциональном общении, чувственности,
- 3) хочу найти в процессе общения друзей, «родную душу» — потребность в интимности (дружбе и любви);
- 4) хочу получить помощь, разобраться в каком-то вопросе — потребность в получении помощи, познавательная потребность;
- 5) хочу узнать, как правильно поступать, перенять опыт, научиться на чужих ошибках — потребность послушания;
- 6) хочу побыть один, «наедине с собой», сбежать от «бытовухи», подальше от семьи, одноклассников, коллег, в кругу незнакомых людей — потребность одиночества (изоляция);
- 7) хочу узнать, какие мнения существуют на этот счет, «народный взгляд» — познавательная потребность;
- 8) хочу доказать себе, что я не хуже других, увидеть «лайки» на своих комментариях — потребность в самоутверждении, повышении самооценки, достижении успехов и избежании неудач;
- 9) хочу узнать что-то новое, углубить или уточнить свои знания в этом вопросе — познавательная потребность;
- 10) хочу чем-то заниматься, не сидеть без дела, приносить пользу людям — потребность в активной общественной деятельности;
- 11) хочу найти или увидеть что-то прекрасное (удовлетворить эстетический вкус) — потребность в красоте;
- 12) хочу узнать мнение именно представителей другого пола — биологическая (половая) потребность, сексуальная реализация.

Как и в вопросе 5, было оставлено несколько «открытых» полей для оригинальных вариантов, предлагаемых самими респондентами.

В ходе опроса были получены следующие результаты (см. рис. 6).

Из сформулированных нами ответов-потребностей на вопрос о причинах интереса к чтению комментариев наиболее популярными были следующие: «хочу узнать чувства и отношение других к этой проблеме, их эмоциональней отклик» — потребность в эмоциональном общении, чувственности (65,9%), «хочу узнать, какие мнения существуют на этот счет», «народный взгляд» — познавательная потребность (52,7%) и «хочу

получить помощь, разобраться в каком-то вопросе» — потребность в получении помощи, познавательная потребность (35,2%). Оригинальных ответов фактически представлено не было. Не читает комментарии 1 чел. из 91 (1,1%), что является статистически ничтожным.

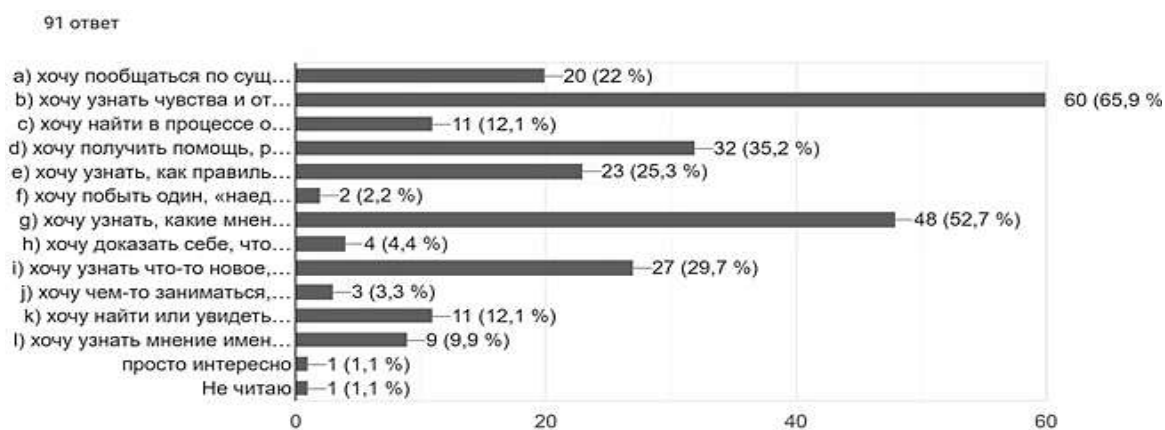


Рис. 6. Результаты опроса. Вопрос 6. Почему Вы читаете комментарии?

Таким образом, чтение комментариев как особая речевая деятельность направлено прежде всего на эмоциональное взаимодействие, сопереживание (эмпатию), с одной стороны, а с другой стороны, на реализацию познавательной потребности. При этом источником знания и эмоциональных посланий является социум как коллективный участник общения в новом цифровом (сетевом) дискурсе.

Следующий, 7 вопрос: «Будете ли Вы комментировать, высказывать и доказывать свое мнение, если...» — призван был выяснить, существует и реализуется ли в процессе чтения-написания комментариев потребность в этнической, половой, религиозной самоидентификации, обеспечении социальных прав. Вопрос предлагал три условных конфликтогенных ситуации:

- 1) задевают Ваши этнические ценности, права и свободы,
- 2) задевают Ваши гендерные (половые) ценности, права и свободы,
- 3) задевают Ваши религиозные ценности, права и свободы.

Также была оставлена открытая форма.

В ходе опроса были получены следующие результаты (см. рис. 7).

Из предложенных условных ситуаций, согласно результатам опроса, наиболее конфликтогенной является ситуация ущемления этнических ценностей, прав и свобод (46,2%), далее — гендерных (40,7%) и религиозных (33%) ценностей, прав и свобод. Потребность в этнической, половой, религиозной самоидентификации, обеспечении социальных

прав в рамках ситуации общения может быть приравнена к потребности в разрешении конфликта.

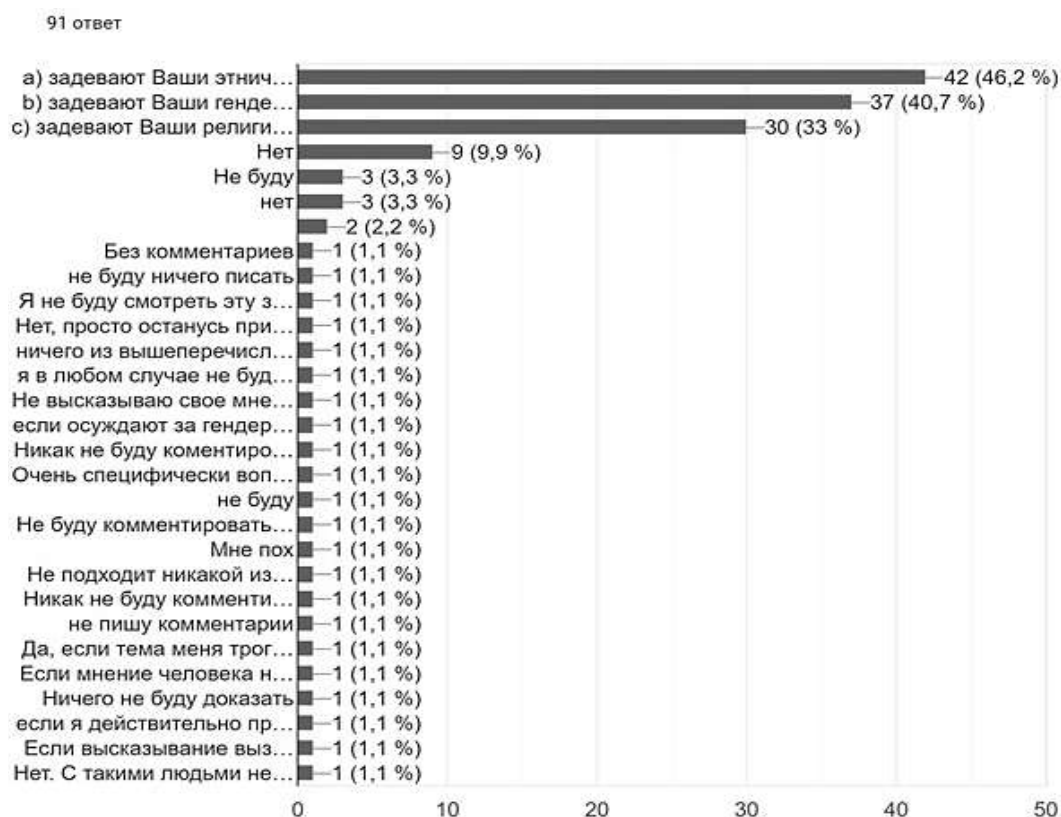


Рис. 7. Результаты опроса.

Вопрос 7. Будете ли Вы комментировать, высказывать и доказывать свое мнение, да — если...

Между тем 17 чел. (18,6%) заявили, что вступать в конфликт не будут («кину запись в спам», «останусь при своем мнении», «не буду доказывать свое мнение, делать это в интернете бессмысленно» и др.). Остальные оригинальные ответы можно распределить по имеющимся группам. Таким образом, большинство респондентов (81,4%) готовы вступить в конфликтную дискуссию в рамках сетевого дискурса, если затрагивают их этнические, религиозные, гендерные ценности, права и свободы. Такие комментарии следует отнести к особому типу дискуссионных комментариев, возникающих в конфликтогенных коммуникативных ситуациях.

9 вопрос: «Вы часто конфликтуете в чатах? Если да, то по какой причине?» — был направлен на уточнение и подтверждение результатов вопроса 7.

Было получено 50 типовых ответов. 25 ответов (50%) — «не конфликтую», «старюсь не конфликтовать», «держу нейтралитет» по причинам «не интересно», «мне все равно, если кому-то не нравится мой коммента-

рий», «каждый остается при своем мнении». 9 ответов (18%) — «да», если «пренебрегают мнением других или оскорбляют кого-то», «негативные высказывания в мою сторону», «мое мнение часто не совпадает с мнением большинства», «задевают меня или мои чувства». И 16 (32%) ответов — «конфликтую редко», потому что «не согласен(а) с мнением кардинально по важному вопросу, а со мной сплотить продолжают», «только если переходят на личности, задевают права человека». Таким образом, 82% респондентов готовы вступать в конфликтную дискуссию, данные подтвердились.

8 вопрос: «Что Вы цените в комментариях, какими характеристиками должен обладать хороший правильный комментарий? Назовите три качества» — позволил выявить и определить узуальные речевые нормы употребления и построения комментариев. Было представлено 218 оригинальных ответов (респондентам предлагалось назвать по несколько качеств), которые можно распределить по следующим группам (см. табл. «Речевые нормы комментирования»).

### Речевые нормы комментирования

Речевые нормы, качества речи	Типовые ответы, количество	Количество ответов (%)
1 уровень — престижные, обязательные коммуникативные нормы		
Этичность, соблюдение паритета	Вежливость (8 ответов) Корректность, тактичность (8 ответов) Неоскорбительный характер (5 ответов) Уважительное обращение (5 ответов) Толерантность (4 ответа) Этичность (3 ответа) Без оскорблений не нарушающий личные границы человека (2 ответа) без осуждения (1 ответ) Не «счвшный» (жаргон. «сознание собственного превосходства») Не перекладывание своего опыта на человека (1 ответ)	37 (40,6%)
Правильность	Грамотность, соблюдение правил русского языка (37 ответов)	37 (40,6%)
2 уровень — базовые коммуникативные нормы		
Логичность, аргументированность	Аргументированность (12 ответов) Логичность (7 ответов) Умный, осознанный (3 ответа) Критическое мышление, конструктивная критика (2 ответа) Четкая позиция (1 ответ)	25 (27,4%)

Окончание на с. 78

Окончание. Начало на с. 77

Речевые нормы, качества речи	Типовые ответы, количество	Количество ответов (%)
Искренность, ориентация на личный опыт адресанта	Честность (9 ответов) Искренность, открытость (6 ответов) Субъективность, личный опыт человека, авторский (5 ответов) Отзывчивость, эмоциональность (2 ответа) Не спам / флуд / рассылка (1 ответ)	23 (25%)
Предметная (фактическая) и понятийная точность	Точность, предметная точность, по теме (5 ответов) Достоверность, истинность (5 ответов) Объективность (3 ответа) Острота (1 ответ) Профессионализм (1 ответ)	14 (15,3%)
Уместность	Уместность (2 ответа) Адекватность, соответствует теме поста (5 ответов) Информация по существу, по делу (6 ответов)	13 (14,2%)
Доступность, ясность	Ясность (6 ответов) Доступность (5 ответов)	11 (12%)
Четкость, лаконичность	Четкость, конкретность (6 ответов) Краткость (4 ответа)	10 (10,9%)
Емкость, содержательность	Исчерпывающий, подробный (3 ответа) Достаточного объема (3 ответа) Емкий, содержательный, информативный (4 ответа)	10 (10,9%)
Позитивность	Веселый, смешной (5 ответов) Позитивность (4 ответа) Уместный сарказм (1 ответ)	10 (10,9%)
3 уровень — дополнительные, необязательные		
Доброжелательность	Доброта, дружелюбие (4 ответа) Без агрессии (2 ответа) Не токсик (1 ответ)	7 (7,7%)
Полезность, актуальность	Полезность (3 ответа) Актуальность (3 ответа) Познавательный (1 ответ)	7 (7,7%)
Ответственность	Ответственность за свои слова, порядочность (3 ответа) Справедливость (3 ответа)	6 (6,6%)
Интересность, действенность	Интересный (3 ответа) Сильный (1 ответ)	4 (4,3%)
Конструктивность	Конструктивность (3 ответа)	3 (3,29%)
Эстетичность	Стильный (1 ответ)	1 (1%)

Анализ полученных данных позволил установить следующее:

1. Среди коммуникативных норм комментирования речевой деятельности, связанной с построением и функционированием комментариев, можно выделить:

- обязательные, престижные нормы 1 уровня (этичность, правильность);
- базовые нормы 2 уровня (логичность, аргументированность, искренность, ориентация на личный опыт адресанта, точность, уместность, доступность, ясность, лаконичность, четкость, емкость, содержательность, позитивность);
- дополнительные вариативные нормы 3 уровня (доброжелательность, полезность, актуальность, ответственность, интересность, действенность, конструктивность, эстетичность).

2. Часть вышеперечисленных речевых норм является общепринятыми нормами, коммуникативными качествами хорошей речи: правильность (структурное качество), точность, логичность, доступность, действенность, уместность (функциональные качества), этичность. Однако такие общепринятые качества, как чистота, богатство (структурные качества), выразительность (функциональное качество), не действуют в сетевой коммуникации, в процессе комментирования не учитываются. Это говорит о том, что в речи комментаторов могут быть использованы слова из разных, в т.ч. нелитературных, пластов языка; излишняя метафоричность, образность речи не приветствуется, и пользователи не обращают внимания на разнообразие лексического состава комментариев, так как использование слов из пассивного словарного запаса может привести к утрате доступности и ясности речи в сетевой группе коммуникантов с разным уровнем образованности, профессионализма, уровнем понимания обсуждаемой проблемы.

3. Между тем были выявлены особые, специфические речевые нормы комментирования:

структурные

- четкость, лаконичность;
- емкость, содержательность;
- эстетичность;

функциональные

- искренность, ориентация на личный опыт адресанта;
- конструктивность;
- позитивность;
- доброжелательность;
- полезность, актуальность;
- ответственность.

Особого внимания заслуживают функциональные качества комментариев. Искренность, ориентация на личный опыт адресанта предполагают честность, открытость по отношению к адресату комментария, обоснованность личным опытом, субъективность мнения, эмпатию (эмоциональность, отзывчивость). Авторские комментарии, основанные на личном опыте и субъективном мнении, здесь противопоставляются сообщениям чат-ботов. Это коммуникативное качество комментирования как продуктивной речевой деятельности в Сети подтверждает существование «новой искренности» как социолингвистического феномена в русскоязычном цифровом дискурсе. Данное качество удовлетворяет потребность в эмоциональном общении, чувственности.

Конструктивность от прил. «конструктивный» — «создающий основу для дальнейшей работы; плодотворный, результативный» (Большой толковый словарь русского языка). Это качество направлено, с одной стороны, на эффективное взаимодействие с адресатом комментария, на учет его мнения, с другой — создает интенцию к продолжению обмена мнениями, перехода комментария в диалоговую форму, предполагает отсутствие монополии в общении, что позволяет собеседникам выразить себя (потребность в самовыражении, самоутверждении, повышении самооценки, достижении успехов и избегании неудач).

Позитивность и доброжелательность также способствуют получению эмоционального отклика, создают атмосферу дружеского общения, поддерживают паритет, удовлетворяют потребность в аффилиации.

Полезность, актуальность комментариев обеспечивает реализацию познавательной потребности при чтении комментариев и потребности в общественно значимой деятельности при их продуцировании.

Ответственность как качество адресанта, создающего комментарии, возвращает нас к риторической теории, понятию «право оратора». Это ответственность за свои слова, порядочность, справедливость как качества говорящего, его субъективная ценностная установка.

Таким образом, среди речевых норм употребления и построения комментариев мы выделили обязательные, базовые и дополнительные (вариативные); чистота, богатство, выразительность речи в процессе комментирования не учитываются, хотя другие общепринятые коммуникативные нормы присутствуют наряду со специфическими нормами, определяющими сетевое общение.

10 вопрос: «Как Вы считаете, какова главная цель общения в чатах-комментариях?» — позволил установить интенции участников процесса коммуникации. Установлено, что большинство (50,5%) преследуют цель высказать свое мнение (ИМХО). При этом оно является равноправным и одина-

ково правильным по отношению к другим. 36,3% опрошенных приходят в чаты-комментарии, чтобы найти правильное мнение, определить правильный взгляд на вопрос; остальные — с целью указать на неправильное мнение, несправедливость, а также пообщаться с людьми разных мнений, понять направление мыслей других людей. Можно сделать вывод, что принципом сетевого общения является плюрализм мнений, приоритет ИМХО (мнения собственного) в контексте самовыражения, самопознания, самоутверждения, реже — реализация потребности познания, аффилиации.

11 и 12 вопросы: «Что плохого...» и «Что хорошего Вы встречаете в чатах-комментариях?» — имели обобщающий характер, ставили задачей подтвердить данные предыдущих вопросов, направленные на выявление норм построения и функционирования комментариев, целей общения, реализуемых потребностей (см. рис. 8, 9).

К негативным моментам сетевого общения в процессе комментирования большинство опрошенных (75%) отнесли взаимные оскорбления, т.е. несоблюдение принципа паритетности, взаимоуважения, и 37,4% отметили неуважение к старшим (этический аспект), 60,4% ответов — несоблюдение правил орфографии, 48,4% — несоблюдение правил пунктуации, что является нарушением нормативного аспекта речи (правильности). Сюда можно отнести также употребление ненормативной лексики. На нарушение уместности, предметной точности речи указало 53,8% респондентов. Таким образом, чаще всего в процессе комментирования не соблюдаются такие речевые нормы, как этичность, правильность, уместность, точность. Заметим, что часть ответов посвящена соблюдению чистоты речи (наличие ненормативной лексики в Сети), иными словами, не подтвердилось предположение, высказанное на основании анализа ответов на вопрос 8, что на чистоту речи как на коммуникативное качество ориентируется значительный контингент комментаторов.

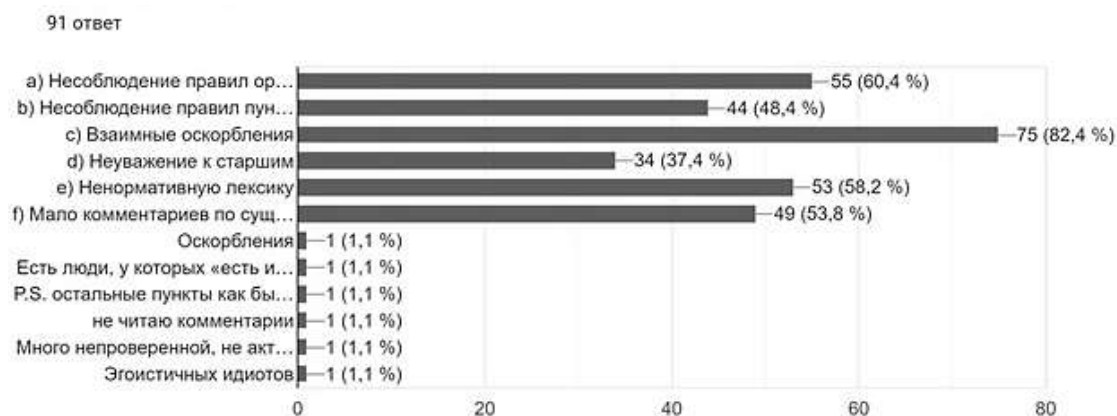


Рис. 8. Результаты опроса.

Вопрос 11. Что плохого Вы встречаете в чатах-комментариях?



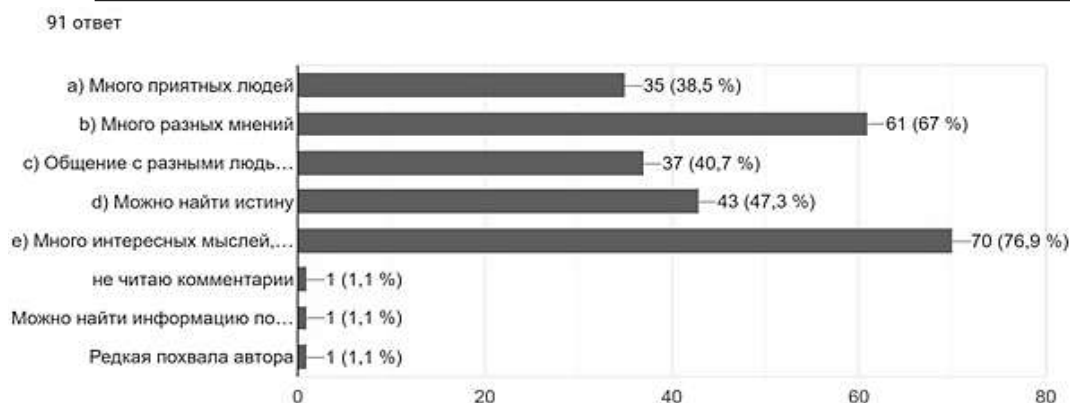


Рис. 9. Результаты опроса.

Вопрос 12. Что хорошего Вы встречаете в чатах-комментариях?

Положительными моментами сетевого общения в процессе комментирования, на которые обратили внимание большинство опрошенных, являются: возможность познакомиться с множеством интересных мыслей, мнений (76,9%), разных мнений (67%), множеством приятных людей (38,5%), из разных областей России, стран (40,7%). 47,3% респондентов заявили, что такая многосторонняя коммуникация может привести к выявлению истины, истинного, наиболее правильного взгляда на проблему. Таким образом, пользователи ценят в комментировании само общение как плодотворное активное взаимодействие людей, расширение личностных границ до уровня социума, аккумуляцию опыта социальной группы.

В результате проведенного исследования мы пришли к следующим выводам:

1. Комментирование — речевая деятельность по созданию и чтению комментариев и способ реализации социальных потребностей.
2. Популярными медиаплатформами, где написание и чтение комментариев является распространенным, продуктивным речевым действием, являются Telegram, социальная сеть «ВКонтакте» и видеохостинг YouTube.
3. К наиболее продуктивным сферам интересов, содержащим интенцию к чтению и написанию комментариев, можно отнести сферу музыки, «звездную жизнь», «культуру и искусство».
4. Пользователи Сети — носители современного русского языка — создают новый цифровой социолингвистический дискурс, призванный удовлетворить их потребности в социальном взаимодействии на новом эмоционально-познавательном уровне, а также потребность в самовыражении как расширении себя вовне, определяющем существование феномена «новой искренности».

5. Чтение комментариев как особая речевая деятельность направлена прежде всего на эмоциональное взаимодействие, сопереживание (эмпатию), с одной стороны, а с другой стороны — на реализацию познавательной потребности. При этом источником знания и эмоциональных посланий является социум как коллективный участник общения в новом цифровом (сетевом) дискурсе.
6. Комментаторы (участники процесса комментирования) готовы вступать в конфликтную дискуссию в рамках сетевого дискурса, если затрагивают их этнические, религиозные, гендерные ценности, права и свободы.
7. Среди речевых норм употребления и построения комментариев можно выделить обязательные, базовые и дополнительные (вариативные); богатство, выразительность речи в процессе комментирования не учитываются, хотя другие общепринятые коммуникативные нормы присутствуют наряду со специфическими нормами, определяющими сетевое общение. Это искренность, ориентация на личный опыт адресанта, конструктивность, позитивность, доброжелательность, полезность, актуальность, ответственность.
8. Принципами сетевого общения являются плюрализм мнений, приоритет ИМХО (мнения собственного) в контексте самовыражения, самопознания, самоутверждения, реже — реализации потребности познания, аффилиации.
9. Чаще всего в процессе комментирования не соблюдаются такие речевые нормы, как этичность, правильность, уместность, точность. Пользователи ценят в комментировании само общение как плодотворное активное взаимодействие людей, расширение личностных границ до уровня социума, аккумуляцию опыта социальной группы.

Таким образом, комментарии — сетевой жанр, существующий в контексте сетевого дискурса, характеризующийся «новой искренностью», конструктивностью, направленностью на позитивность, доброжелательность, полезность, личной ориентированностью, «правом оратора», и являющийся эффективным способом реализации соответствующих социальных потребностей представителей цифрового общества.

### **Библиографический список**

Афанасьева О. Г. Социально-философская рефлексия экологических потребностей // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов, 2016. № 6. Ч. 2.

Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Собр. соч. М., 1996. Т. 5: Работы 1940-1960 гг. URL: [https://philologos.narod.ru/bakhtin/bakh\\_genre.htm#4](https://philologos.narod.ru/bakhtin/bakh_genre.htm#4)

Болычева М. Д. Стриминговое вещание как феномен современной медиасреды // Коммуникология. 2018. Т. 6. № 4. URL: <https://www.communicology.us/p/nomera.html>

Дебердиева И. И. Основные жанры сетевого языка первых десятилетий XXI века // Актуальные вопросы лингвистики и литературоведения / под общей редакцией Н. В. Мельник. Кемерово, 2022.

Дебердиева И. И. Система жанров сетевой речи в русскоязычном цифровом дискурсе // Филология и культура. 2022. № 4 (70).

Евсюков И. С. Проблемы морали и этики на современных видеостриминговых сервисах (социокультурный аспект) // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2020. Т. 11. № 2.

Ершов Д. О. Формы проявления социальных потребностей и способы их оценки // Вестник Поволжского института управления. 2014. № 4 (43).

Маклюэн Г. М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. М., 2003.

Мигунова Ю. В. Содержание понятия социальных потребностей в аспектах философского и социологического познания // Общество: социология, психология, педагогика. 2018. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/soderzhanie-ponyatiya-sotsialnyh-potrebnostey-v-aspektah-filosofskogo-i-sotsiologicheskogo-poznaniya>

Русакова О. Ф. Основные теоретико-методологические подходы к интерпретации дискурса // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения РАН. 2007. № 7.

Халтурин А. Н. Этнические потребности: социально-философский дискурс // Вестник ВятГУ. 2015. № 12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etnicheskie-potrebnosti-sotsialno-filosofskiy-diskurs>

### Источники

Шматко Н. А. Габитус // Большая российская энциклопедия 2004–2017. URL: <https://old.bigenc.ru/sociology/text/2338124#>

Большой толковый словарь русского языка / под ред. С. А. Кузнецова. URL: <https://djvu.online/file/h38T2vpZl163x>

Платонов К. К. Краткий словарь системы психологических понятий. М., 1984.

Немов Р. С. Психологический словарь. М., 2007.

Современная западная философия: словарь. М., 1998.

Анцупов А. Я. Словарь конфликтолога / А. Я. Анцупов, А. И. Шипилов. URL: [https://slovar-konfliktologa.slovaronline.com/1077-потребности\\_социальные](https://slovar-konfliktologa.slovaronline.com/1077-потребности_социальные)

Давлетчина С. Б. Словарь по конфликтологии / пер. с англ. яз. К. С. Ткаченко. Улан-Удэ, 2005.

Психология. А–Я. Словарь-справочник. М., 2000. URL: <https://psychology.academic.ru>

Словарь языка интернета.ru. [М. А. Кронгауз, Е. А. Литвин, В. Н. Мерзлякова и др.]; под ред. М. А. Кронгауза. М., 2016.

## References

Afanas'eva O.G. *Social'no-filosofskaja refleksija jekologicheskikh potrebnostej*. [Socio-philosophical reflection of ecological needs]. In: *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i juridicheskie nauki, kul'turologija i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki*. [Historical, philosophical, political and legal sciences, cultural studies and art criticism. Questions of theory and practice]. Part 2. Tambov, 2016. No. 6.

Bahtin M. M. *Problema rechevyh zhanrov*. [The problem of speech genres]. Moscow, 1996. Vol. 5. Works of 1940–1960. URL: [https://philologos.narod.ru/bakhtin/bakh\\_genre.htm#4](https://philologos.narod.ru/bakhtin/bakh_genre.htm#4)

Bolycheva M.D. *Strimingovoe veshhanie kak fenomen sovremennoj mediasredy*. [Streaming broadcasting as a phenomenon of the modern media environment]. In: *Kommunikologija*. [Communicology]. 2018. Vol. 6. No. 4. URL: <https://www.communicology.us/p/nomera.html>

Deberdieva I. I. *Osnovnye zhanry setevogo jazyka pervyh desjatiletij XXI veka*. [The main genres of the network language of the first decades of the XXI century]. In: *Aktual'nye voprosy lingvistiki i literaturovedenija*. [Topical issues of linguistics and literary studies]. Kemerovo, 2022a.

Deberdieva I. I. *Sistema zhanrov setevoj rechi v russkojazychnom cifrovom diskurse*. [The system of genres of network speech in the Russian-language digital discourse]. In: *Filologija i kul'tura*. [Philology and Culture]. 2022b. No. 4 (70).

Evsjukov I. S. *Problemy morali i jetiki na sovremennyh videostrimingovyh servisah (sociokul'turnyj aspekt)*. [Problems of morality and ethics on modern video streaming services (socio-cultural aspect)]. In: *Mir nauki. Sociologija, filologija, kul'turologija*. [The world of science. Sociology, philology, cultural researches]. 2020. Vol. 11. No. 2.

Ershov D. O. *Formy projavlenija social'nyh potrebnostej i sposoby ih ocenki*. [Forms of manifestation of social needs and ways of their assessment]. In: *Vestnik Povolzhskogo instituta upravlenija*. [Bulletin of the Volga Institute of Management]. 2014. No. 4 (43).

Makl'jujen G.M. *Ponimanie Media: Vneshnie rasshirenija cheloveka*. [Understanding Media: External human extensions]. Moscow, 2003.

Migunova Y.V. *Soderzhanie ponjatija social'nyh potrebnostej v aspektah filosofskogo i sociologicheskogo poznaniija*. [The content of the concept of social needs in aspects of philosophical and sociological cognition]. In: *Obshhestvo: sociologija, psihologija, pedagogika*. [Society: sociology, psychology, pedagogy]. 2018. No. 3.

URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/soderzhanie-ponyatiya-sotsialnyh-potreb-nostey-v-aspektah-filosofskogo-i-sotsiologicheskogo-poznaniya>

Rusakova O. F. *Osnovnye teoretiko-metodologicheskie podhody k interpretacii diskursa*. [Basic theoretical and methodological approaches to the interpretation of discourse]. In: *Nauchnyj ezhegodnik Instituta filosofii i prava Ural'skogo ot-delenija Rossijskoj akademii nauk*. [Scientific Yearbook of the Institute of Philosophy and Law of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences]. 2007. No. 7.

Halturin A. N. *Jetnicheskie potrebnosti: social'no-filosofskij diskurs*. [Ethnic needs: socio-philosophical discourse]. In: *Vestnik Vyatskogo gosudarstvennogo uni-versiteta*. [Bulletin of Vyatka State University]. 2015. No. 12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etnicheskie-potrebnosti-sotsialno-filosofskiy-diskurs>

### List of sources

Shmatko N. A. *Gabitus*. [Habitus]. In: *Bol'shaja russijskaja jenciklopedija*. [Big Russian Encyclopedia]. 2004-2017. URL: <https://old.bigenc.ru/sociology/text/2338124#>

*Bol'shoj tolkovyj slovar' russkogo jazyka*. [A large explanatory dictionary of the Russian language]. Ed. by S. A. Kuznetsov. URL: <https://djvu.online/file/h38T2vpZl163x>

Platonov K. K. *Kratkij slovar' sistemy psihologicheskikh ponjatij*. [A short dictionary of the system of psychological concepts]. Moscow, 1984.

Nemov R. S. *Psihologicheskij slovar'*. [Psychological dictionary]. Moscow, 2007. *Sovremennaja zapadnaja filosofija* [Modern Western Philosophy]: Dictionary. Moscow, 1998.

Antsupov, A. Y. *Slovar' konfliktologa*. [Dictionary of the conflictologist]. URL: [https://slovar-konfliktologa.slovaronline.com/1077-потребности\\_социальные](https://slovar-konfliktologa.slovaronline.com/1077-потребности_социальные)

Davletchina S. B. *Slovar' po konfliktologii*. [Dictionary of conflictology]. Ulan-Ude, 2005. Moscow, 2000. URL: <https://psychology.academic.ru>

*Slovar' jazyka interneta*. [Dictionary of the Internet language]. Ed. by M. A. Krongauz. Moscow, 2016.