

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет слов'янської філології
Кафедра української філології та славістики

Кваліфікаційна робота
з української мови на тему:

«ПОЛЕМІКА В ІНТЕРНЕТІ: ФОРМАТИ, ПРИНЦИПИ Й
МОВНО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ
(НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОМОВНИХ РЕСУРСІВ)»

Студентки групи СЛукр52-20
факультету слов'янської філології
Форма здобуття освіти: денна
за освітньо-професійною програмою Українська
мова і література, англійська мова, редагування
освітніх видань
спеціальністю 014 Середня освіта
спеціалізацією Українська мова і література
Проскури Катерини Петрівни

Допущена до захисту
« ___ » _____ року

Завідувач кафедри

(підпис) _____ *(ПІБ)*

Науковий керівник:
доктор філологічних наук,
професор Баган Мирослава Петрівна

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ПОЛЕМІЧНОГО МОВЛЕННЯ.....	6
1.1. Полеміка як особлива форма комунікативної взаємодії.....	6
1.2. Роль полеміки в науковому спілкуванні.....	14
1.3. Комунікативна специфіка інтернетного дискурсу.....	20
Висновки до розділу 1.....	31
РОЗДІЛ 2. СТРАТЕГІЇ Й ТАКТИКИ ВЕДЕННЯ ДИСКУСІЇ В ІНТЕРНЕТІ....	33
2.1. Принципи комунікативної взаємодії в інтернеті.....	33
2.2. Конструктивні стратегії і тактики полеміки.....	37
2.3. Конфронтаційні види полеміки.....	55
2.4. Флеймінг як найвищий ступінь неконструктивності дискусії.....	62
Висновки до розділу 2.....	66
РОЗДІЛ 3. МОВНО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОЛЕМІЧНОГО МОВЛЕННЯ В ІНТЕРНЕТІ.....	69
3.1. Лексичні особливості полемічного спілкування в інтернеті.....	69
3.2. Граматична специфіка інтернетної полеміки.....	73
3.3. Стилiстичні засоби увиразнення дискусії.....	79
3.4. Порухення норм як свідомий або мимовільний прийом увиразнення думки у віртуальних полеміках.....	88
Висновки до розділу.....	96
ВИСНОВКИ.....	98
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	104
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....	114
СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ.....	115
SUMMARY.....	116

ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної роботи магістра зумовлена посиленням комунікативного впливу спілкування в інтернеті на взаємозв'язки в суспільстві та міжособистісні стосунки, необхідністю їх аналізу, регулювання та дослідження факторів, що впливають на цей вид комунікації. Особливостями інтернет-полемік є анонімність та відсутність особистого контакту між учасниками, більш відвертий та експресивний стиль передання інформації, застосування тактик і стратегій різного спрямування, уживання специфічної лексики, якої зазвичай уникають у реальному комунікативному просторі. У сучасному суспільстві все більшого значення набуває спілкування у світовій мережі «Інтернет». Воно має свої особливості, які впливають на стиль мовлення, побудову словосполучень та речень, добір лексики та стилістичних засобів вираження. Важливим напрямком комунікації із застосуванням інтернет-ресурсів є ведення полемік та дискусій. Дослідженню комунікативно-стилістичних особливостей ведення полеміки в інтернеті присвячене це дослідження.

Аналіз наукової літератури засвідчив інтерес багатьох дослідників до проблем комунікації в інтернеті (М. Сидоров, Д. Табаков, А. Краснякова, І. Білан, О. Тищенко, Л. Шульгіна, Н. Парфенюк) та мовних особливостей віртуальної полеміки (Д. Зарубіна, І. Лосева, Н. Гончарова, О. Колич, С. Сухарєва, І. Доорніна, Б. Потятиник, К. Галушко).

Попри інтенсивне дослідження віртуальної комунікації в сучасній науці, є багато недосліджених або недостатньо вивчених проблем щодо структури, конструктивних і неконструктивних тактик полемічного спілкування в інтернеті. Дослідників цікавили загальні принципи полеміки, проте дискусії на економічні теми спеціально не вивчали. Важливо з'ясувати, чи можуть такі дискусії бути цінними для фахівців та пересічних громадян України, чи варто ініціювати такі дискусії і брати в них участь. Все це зумовлює **актуальність** та доцільність обраної теми кваліфікаційної роботи магістра.

Об'єктом дослідження є віртуальна полеміка економічної тематики (в українськомовних інтернет-ресурсах).

Предмет дослідження – комунікативні стратегії, тактики й мовно-стилістичні особливості полеміки в інтернеті.

Мета дослідження – проаналізувати особливості полемічного мовлення в інтернеті, установити ефективні принципи його ведення й оформлення.

Завдання дослідження:

- 1) проаналізувати сутність полеміки як особливої форми комунікативної взаємодії;
- 2) дослідити роль полеміки в науковому спілкуванні та комунікативну специфіку інтернетного дискурсу
- 3) виділити конструктивні тактики полеміки;
- 4) охарактеризувати конфронтаційні види полеміки;
- 5) виділити лексичні особливості полемічного спілкування в інтернеті;
- 6) дослідити граматичну специфіку інтернетної полеміки;
- 7) викоремити графічні засоби впливу на співрозмовника;
- 8) окреслити стилістичні засоби увиразнення дискусії.

Методи дослідження. Комплексний характер дослідження зумовив необхідність використання низки методів загальнонаукового та конкретно-наукового характеру. Зокрема, застосовано загальнонаукові методи аналізу та синтезу (для опрацювання теоретичних джерел із досліджуваної проблеми); індукції та дедукції (для узагальнення виявлених тенденцій і закономірностей), методи конкретизації та системного аналізу.

Для досягнення мети кваліфікаційної роботи обрано такі власне лінгвістичні методи: описовий, структурно-семантичний аналіз (для виявлення та узагальнення тенденцій в застосуванні мовних засобів у веденні інтернет-дискусій); функціональний аналіз (для виділення сукупності прийомів дослідження й опису особливостей віртуального полемічного мовлення), конструктивний метод та метод дискурс-аналізу.

Матеріал дослідження дібрано із сучасних українських інтернет-ресурсів економічного профілю (сайти Дебет-Кредит, Бухгалтер 911, відповідні спільної у соціальній мережі «Фейсбук»). У роботі використано лексикографічні видання: Великий тлумачний словник сучасної української мови (2009), Словник української мови (2010), Короткий словник молодіжних сленгізмів і Словник нецензурної лексики та її відповідників (для аналізу виявлених сленгових і ненормативних слів).

Наукова новизна кваліфікаційної роботи полягає в узагальненні теоретичних засад побудови полемічного мовлення та комунікативної специфіки інтернетного дискурсу; виявленні конструктивних стратегій і тактик ведення дискурсів в інтернеті, виокремленні мовно-стилістичних особливостей полемічного мовлення в інтернеті.

Практичне значення одержаних результатів. Матеріали кваліфікаційної роботи можуть бути використані при підготовці бакалаврів у лекційних курсах з морфології, словотвору, лексикології, а також у підготовці спецкурсів та факультативів з проблем комунікативної лінгвістики.

Апробація. Результати дослідження апробовано на міжнародній студентській науково-практичній відеоконференції «Світ цінностей і цінності у світі» (Київ, 13-14 травня 2021).

Структура роботи: Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, списку використаної літератури, списку джерел ілюстративного матеріалу, списку лексикографічних джерел та англomовної анотації.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ПОЛЕМІЧНОГО МОВЛЕННЯ

1.1. Полеміка як особлива форма комунікативної взаємодії

У сучасному мовознавстві комунікативну взаємодію трактують як процеси інформаційного обміну в суспільстві: спілкування, обмін досвідом, думками, відомостями, ідеями між окремими особами, всередині групи чи організації, або у рамках суспільства в цілому, що відбувається в усній чи письмовій формі або в інший спосіб (за допомогою умовних сигналів, технічних засобів тощо). (Философский энциклопедический словарь 1983, с. 269). У процесах комунікативної взаємодії вбачають збереження та передавання знань майбутнім поколінням, трансляцію наукового і культурного досвіду (Литвинова 2012).

Комунікативна взаємодія в науці – це спілкування, контакти, взаємодії вчених у ході їхньої роботи. При цьому комунікація є не лише процесом трансляції інформації від того, хто передає, до того, хто приймає, вона водночас викликає зміни в усіх учасників, що призводить до зміни знань у хоча б одного з комунікантів; ця особа або отримує нове знання, або виправляє помилки в старому. Зокрема, комунікант, що отримує інформацію в акті комунікації, не просто дізнається про нові факти, він може побачити об'єкт своїх інтересів у новому світлі, знайти інший ракурс проблеми, новий підхід до її розв'язання. У зв'язку з цим комунікація в науці завжди має евристичне навантаження (Броннікова 2015).

Особливо важливу роль у науковій комунікації відіграє суперечка й такі її форми, як полеміка та дискусія. Із цього приводу дуже влучно висловився С. Поварнін: «Суперечка може служити засобом для роз'яснення істини, для перевірки будь-якої думки, для випробування обґрунтованості її... Така суперечка є по суті спільним дослідженням істини. Це вища форма суперечки, найблагородніша, і найпрекрасніша» (Поварнин 1923).

Суперечка – це публічне обговорення, зіткнення думок, словесна боротьба, словесне змагання між двома або кількома особами, якому властиві конфронтація, протистояння, протиборство сторін, поглядів та ідей (Словник 1978, Т. 9, с. 845; Зарубина 2019; Лосева 2012). Метою суперечки є аргументація власних думок, вираження своїх інтересів, пошук компромісу для подальшої взаємодії та досягнення ефекту, а результатом – умови подальшої взаємодії, на які погоджуються учасники суперечки (Босак 2016).

На науковому рівні суперечка переходить у полеміку (від грец. *polemikos* – войовничий) – гостру публічну суперечку в ході обговорення деякої проблеми, боротьбу принципово протилежних думок та поглядів щодо того чи того питання. Мета полеміки полягає в аргументованому обстоюванні власного погляду і спростуванні доводів опонента, причому учасники полеміки ретельно готуються до такого поєдинку (Зарубина 2019; Босак, 2016; Лосева 2012).

Загалом полеміку інтерпретують через військову метафору. Полеміка – це протилежність діалогу або переговорів, оскільки мову незгоди використовують з метою радше знищити опонента, ніж переконати його (Lander 2006, с. 11). Як наслідок метафоризації поняття полеміка в силових термінах, у його осмисленні дослідники часто використовують терміни, які відповідають концептуальним метафорам боротьби та війни. В українському полемічному дискурсі поширені такі метафори: супротивник, протиборство, перемога, захист позиції (Хоменко 2008, с. 15).

Отже, полеміку уподібнюють до агресії внаслідок використання останньої як основного способу вербальних дій, спрямованих на пониження статусу опонента. Водночас відмінність полеміки від агресії полягає в застосуванні останньою не лише вербальних, а й фізичних дій, тоді як полеміка обмежена лише словесними діями. Крім того, полеміка використовує також коопераційні способи взаємодії з аудиторією, не характерні для агресії (Каустов 2017).

Важливими інтенціями в полеміці є ініціатива, нав'язування свого сценарію обговорення теми, раптовість у використанні доводів, вибір найбільш вдалого часу для викладу вирішальних аргументів (Босак 2016).

Наукова або фахова суперечка, яку ведуть не заради перемоги, а з метою спільного встановлення істини та вироблення спільної думки в товариській атмосфері – це дискусія (лат. *discussio* – дослідження, розгляд, розбір). Вважається, що дискусія є найважливішою формою інтелектуального спілкування та становить ефективний спосіб переконання, оскільки її учасники самі доходять до того чи іншого висновку (Босак 2016).

Саме «ефект переконання» є свідченням результативності дискусії. Він передбачає зміну думки частини учасників або появу сумнівів щодо правильності власних думок. Якщо в результаті дискусії учасники залишилися на своїх позиціях, таку ситуацію характеризують як «нульовий ефект». Якщо в декого під час дискусії сформувалися погляди, протилежні до тих, які ініціювали організатори дискусії, це кваліфікують як негативний результат, «ефект бумеранга» (Абульханова-Славская 1991, с. 219; Босак 2016).

Полемиці і дискусії притаманні спільні ознаки (див. рис. 1.1.):

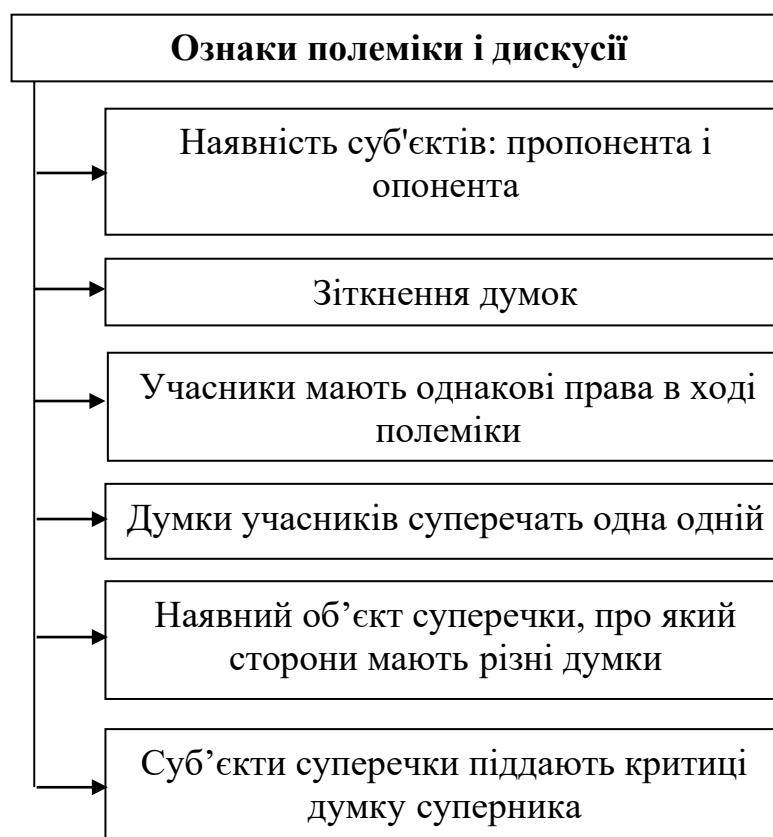


Рис. 1.1. Ознаки полеміки і дискусії (складено автором за (Словник 1978, Т. 5, с. 722; Босак 2016).

Відмінності ж між полемікою та дискусією наведені в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Відмінності між полемікою та дискусією

<i>Характеристика</i>	<i>Полеміка</i>	<i>Дискусія</i>
<i>Сутність (призначення)</i>	Обговорення певної важливої проблеми чи окремого питання	
<i>Мета</i>	Утвердження власного погляду, перемога своєї позиції	Пошук істини, компромісу, консенсусу, згоди, злагоди
<i>Назви протилежних сторін</i>	Супротивники, суперники, конкуренти	Опоненти
<i>Методи</i>	Утвердження власної думки з опорою на софізми як логічно хибні аргументи, психологічний тиск	Постановка та зіставлення аргументів і контраргументів
<i>Правила</i>	Немає	Ведуть за певними правилами і за згодою її учасників
<i>Процедура</i>	Ведуть без формальних обмежень, із можливим порушенням будь-яких ustalених норм і правил; сторони керуються лише принципом ефективності досягнення мети. Перемогу приносить ініціатива суперників, ситуативність спілкування, непередбачувані і раптово знайдені засоби не завжди переконливої, але наполегливої і напористої аргументації	Тему формулюють заздалегідь або до початку дискусії. Учасники по чергово висловлюють свої положення, думки, спростування, у результаті чого дискусія набуває логічного, зв'язного характеру. Мовні засоби дискутування мають бути прийнятними для всіх учасників дискусії, толерантними. Використання непередбачуваних засобів осуджують, це може зупинити дискусію без висновків і завершення її

Складено автором за працями (Мацько 2006, с. 217; Афанасьєва 2013; Хоменко 2008, с. 12; Волков 2001, с. 175; Каустов 2017).

Загалом поняття суперечки, полеміки і дискусії не варто витлумачувати негативно. Дискусія є методом вирішення суперечливих проблем та водночас своєрідним способом пізнання. Вона уможлиблює колективне обговорення будь-якого питання з метою встановлення істини. Результатом дискусії має бути спільна думка, а сама дискусія не є боротьбою поглядів, думок, вона – форма співробітництва, колективної роботи. Усе це дозволяє кваліфікувати дискусію як тематичне та коректне за формою обговорення та віднести її до

найвищого, найбільш якісного розряду суперечок. Полеміка здебільшого подібна до дискусії, проте відмінна від останньої передусім за метою та використовуваними засобами (Босак 2016).

Полемічним дискурсом вважають вербальне втілення полеміки у формі сукупності текстів. Полемічний дискурс реалізують за допомогою риторичних стратегій як плану переконання аудиторії в напрямі, закладеному адресантом з інтенційним використанням автором риторичного інструментарію, до якого належать способи впливу: етос – створення ефекту довіри й авторитетності через саморепрезентацію автора; пафос – емоційний вплив; логос – дія на сферу раціонального. Риторичним стратегіям підпорядкована стратегічна ієрархія зі стратегій, тактик та прийомів, яка відповідальна за організацію полемічного дискурсу і співвідноситься з процесом ухвалення рішення автором упродовж риторичних етапів текстобудови: інвенції, диспозиції та елокуції. Інвенція – риторичний етап текстобудови, на якому автор, враховуючи цілі полемічного дискурсу – делегітимізувати опонента та переконати аудиторію, – визначає тему; цільову аудиторію, під яку підбирають аргументи; і риторичну стратегію – план дій. Названі цілі визначають дві риторичні стратегії полемічного дискурсу: конфронтаційну, спрямовану на пониження суспільного статусу опонента та вилучення його зі сфери конвенційних норм, та коопераційну, спрямовану на співпрацю з аудиторією. Диспозиційний етап як спосіб сегментування полемічного дискурсу на частини, які відповідають потребам автора залежно від ситуації та жанрових вимог, відповідає за композиційну будову тексту. Це визначає його взаємодію з підпорядкованими стратегіям риторичними тактиками, адже вони лінеаризують зміст полемічних текстів шляхом відбору прийомів та організації послідовності їхнього використання. Етап елокуції, реалізація якого передбачає два кроки: відбір мовних одиниць окремих мов та їхню сполучуваність, співвідноситься з риторичними прийомами. Вони структурують спосіб побудови дискурсу шляхом ословеснення лінеаризованого змісту через відбір мовних засобів різних рівнів (Каустов 2016).

Вибір засобів ведення суперечки базується на знанні та розумінні психології, правилах суспільної моралі та етикету. Важливим є аргументування власної думки, розуміння думки іншої сторони, підкріплення своїх слів фактами. Розуміння психології людини дозволяє в ході суперечки використовувати деякі специфічні прийоми, наприклад: обрати потрібний момент для своєї репліки, подати інформацію в ракурсі, який є вигідний для співрозмовника, обрати невербальні методи спілкування, які допоможуть встановити довіру між сторонами суперечки (Босак 2016).

Успіх публічного обговорення будь-якої проблеми залежить від багатьох факторів, а саме: місця і часу проведення та актуальності порушуваних питань, психологічного настрою учасників та ерудиції керівника-ведучого, його популярності в аудиторії та вміння керувати дискусією (Босак 2016).

Характер полемічного зіткнення, спрямований на пониження суспільного статусу опонента, визначає уподібнення полеміки до агресії (Бэрон 2001, с. 26). Залучення вербальної агресії в полеміці поєднується з безапеляційним утвердженням домінантної позиції адресанта як безумовного авторитета для решти учасників – опонента й аудиторії. Домінування адресанта в полеміці зумовлює диспропорцію способів впливу на аудиторію. Оскільки агресія в полеміці безаргументативна (Воронцова, 2006, с. 36), то наголос ставиться на аспекти емоційного впливу, в основі яких лежить принцип комунікативного домінування, спрямованого на заперечення можливого діалогу між автором та опонентом (Воронцова 2006, с. 41).

Полеміка як різновид конфліктного зіткнення виявляє свої особливості на рівні дій (Гришина 2008, с. 15), які становлять наріжний компонент виокремлення полеміки серед суміжних явищ конфліктного характеру. Зіткнення як основа конфліктів, визначає їхню класифікацію за метою дій, яка виявляється у двох різновидах конфліктів – деструктивному та конструктивному. Для деструктивного конфлікту характерні дії, спрямовані на ескалацію й знищення опонента. Конструктивному конфлікту притаманна зацікавленість обох сторін у вирішенні проблеми (Mayer 2004, с. 31).

Враховуючи зазначений поділ дій в конфлікті за метою на деструктивні та конструктивні, специфіка полеміки має прояв у змішаних деструктивно-конструктивних характеристиках дій, що зумовлено цілями автора понизити статус опонента та залучити аудиторію на свій бік. Відповідно до видів конфліктів визначаємо конфронтаційний характер полеміки за метою автора понизити соціальний статус опонента, а коопераційний характер полеміки виявляється в залученні аудиторії на бік адресанта (Каустов 2017).

Специфіка полеміки як різновиду конфліктних дій визначається її предметом, тобто об'єктивно наявною або уявною проблемою, заради вирішення якої відбувається зіткнення сторін (Анцупов 1999, с. 101). У полеміці предмет конфлікту набуває експліцитного вербального вираження (Каустов, 2017).

Полемічний дискурс пов'язаний з аргументативним, оскільки полеміка не можлива без аргументації. Але максими аргументації в полеміці щоразу можуть актуалізуватися по-новому. Полемічний дискурс не тотожний аргументативному, оскільки, крім аргументації, полеміст удається й до інших видів мовного спілкування. Отже, аргументація є складовою полемічного дискурсу (Зайцева 2014).

Полемічний дискурс не можна прирівнювати й до конфліктного, оскільки у конфліктному дискурсі спір не кваліфікують як окремий випадок аргументації, навпаки, аргументація виступає як засіб мінімізації негативних наслідків і виходу з конфліктних ситуацій (Бульгіна 1981, с. 333–343). Таким чином, аргументація і конфлікт слугують елементами полемічного дискурсу (Зайцева 2014).

Стосовно письмової полеміки, яку ведуть на сторінках журналів та монографій, можна зазначити наступне. Особливість полемічних текстів полягає в тому, що домінує точка зору адресанта. Авторське «єго» відображається в кожному висловлюванні. Якщо він і залучає інших учасників до обговорення, то в основному з метою підкріпити і посилити свою позицію. Позиція полеміста не може бути зовнішньою до подій, оскільки він не відсторонено описує, а активно

доводить, спростовує тощо. Якщо говорити про внутрішню позицію, то вона особлива, оскільки полеміст не приймає чийсь точку зору, а формує свої переконання й позицію. Традиційних вступів і закінчень у полеміці немає, так само як і взагалі будь-яких рамок. Конфлікт, який розвивається у полемічній статті, нескінченний, тому що є багато різних кутів зору. Адресант активно, хоча й опосередковано, спілкується з аудиторією. Що активніша полемічна стаття, то більша імовірність того, що на неї буде чимало відгуків. І в цьому особливість полеміки: її можна розвивати і продовжувати, а художній твір є закінченим цілим (Зайцева 2014).

Унаслідок мовного акту адресант певним чином, за допомогою мовних засобів, формує конкретний текст, що має певний зміст. Адресат сприймає цей текст, декодує певним чином отриманий зміст. Оскільки адресант не просто інформує реципієнта, але прагне при цьому вплинути на нього, то останній повинен розшифрувати комунікативний намір адресата, мету повідомлення, його мотиви. Це й є розумінням змісту повідомлення. Якщо адресат виконує таку дію, до якої його підштовхує відправник повідомлення, то можна говорити про перлокутивний ефект. Перлокутивного ефекту (прийняття думки полеміста) досягають не завжди. Це так званий інтеракційний ефект. А мету повідомлення, інтенції мовця реципієнт має вловити. Від цього залежить ілокутивний ефект. Саме комунікативна інтенція забезпечує тексту комунікативну цілісність, яка є однією з його визначальних ознак (Гришина 2000, с. 53).

Полеміка є специфічним видом дискурсу, якому притаманні певні особливості як лінгвістичного, так і екстралінгвістичного плану. Зокрема, на її характер впливають соціально-психологічні особливості учасників: по-перше, рівень їхньої освіченості, по-друге, наявність власної позиції щодо відповідного питання, по-третє, специфічність мотивації їхньої мовленнєвої діяльності (Зайцева 2014).

У полемічному дискурсі на досягнення ілокутивної мети спрямовані всі можливі мовні засоби. Прагматична орієнтованість комунікативного наміру

адресанта відображається на різних рівнях мовної системи й розкриває прагматичний потенціал усіх мовних підсистем (Петухова 2013).

1.2. Роль полеміки в науковому спілкуванні

Наукова полеміка, або дискусія, – це спосіб спільного пошуку розв'язання будь-якої проблеми шляхом висунування, протиставлення й критичного обговорення різних думок. Вона виступає засобом продуктивного спілкування, комунікації членів наукового співтовариства. Дискусія – особливо ефективний спосіб наукового пошуку в моменти виникнення кризових і особливо складних проблемних ситуацій в науці. Через дискусію реалізують такий пізнавальний прийом, як метод пошукових, пробних розв'язань проблем, що полягає в побудові і апробуванні безлічі можливих відповідей на ці проблеми в ситуаціях, коли не вдається відразу знайти достовірний результат. Ефективність дискусії зумовлена тим, що вона дозволяє підійти до вирішення проблеми з різних позицій, максимально використовувати науковий потенціал багатьох вчених, залучити більшу кількість вихідних даних, уникнути абсолютизації і обмеженості підходу тощо. Об'єктивна причина дискусії – суперечлива природа досліджуваних об'єктів і явищ дійсності. Притаманні їм відмінності і протилежності призводять до появи протилежних понять, ідей, теорій. Дискусії можуть бути використані для досягнення різних цілей – постановки і уточнення проблеми, пошуку шляхів її розв'язання, оцінки висунутої гіпотези, встановлення ступеня її істинності, перевірки аргументації, логічної коректності міркувань, виявлення нових аспектів проблеми тощо. Дискусія як комунікативна взаємодія виявляється у соціально-історичному, психологічному, логіко-методологічному, інформаційному та етичному аспектах (Тимофеева 2010).

Науковий дискурс можна розглядати як особливий тип взаємодії, в основі якої лежать комунікативні стратегії і тактики, які використовує мовець задля

впливу на свого адресата, і які відбивають як загальні типологічні, так і етноспецифічні особливості (Ільченко 2002, с.7).

Дискурс формується там, де є необхідність в обговоренні, де результат наукової діяльності потребує не лише наукової оцінки, а й суспільної легітимації, де співтовариство вчених безпосередньо впливає на формування наукової картини світу та визначення напрямків суспільного прогресу. Науковий дискурс вибудовується в дискурсивній практиці (Огурцов 1988).

Визначальною ознакою наукового дискурсу є його соціальна зумовленість, він важливий для розвитку суспільства і задоволення його потреб. Характерними тенденціями оформлення наукових дискурсів є відмова від вживання стандартних кліше, зниження рівня емоційності унаслідок вилучення експресивних засобів (Томахів 2015).

Основними властивостями наукового дискурсу є інтертекстуальність – опора на прецедентні тексти та їхні концепти, діалогічність, прагматичність та жанрова варіативність. Як різновид власне інституційного дискурсу науковий дискурс характеризується креативністю, об'єктивністю, логічністю переданої інформації та професійною цінністю. Йому притаманні професійна спрямованість, зв'язок з адресатом, антропоцентризм, мультидисциплінарність тощо. Серед завдань наукового дискурсу зазначають аналіз наукових проблем з метою аналізу та пояснення, передачу знань, результатів дослідження, поширення наукової та технічної інформації, дослідження наукової проблеми тощо (Голик 2016; Маслова, 2013).

Знання прецедентних текстів (законів, теорій, гіпотез, теорем, принципів, методів), які увійшли в дисциплінарний фонд певної науки, – це обов'язкова умова для взаєморозуміння автора й читача. У плані змісту інтертекстуальність виступає універсальним принципом побудови наукового тексту, який відображає тривалий відкритий діалог суб'єктів наукового пізнання. У плані вираження інтертекстуальність експліцитно маркується, реалізуючись переважно у вигляді цитат, посилань, тощо, які виконують референційну, оцінну, етикетну та декоративну функції (Маслова 2013).

За комунікативно-соціальним критерієм науковий дискурс – це різновид інституційного дискурсу, до конститутивних ознак якого відносять мовців у їхніх статусно-рольових та ситуативно-комунікативних амплуа, сфера спілкування, комунікативне середовище, мотиви, цілі, стратегії, режим, канал, тональність, стиль та жанр, й нарешті сам текст (Рожков 2016).

Стратегії наукового дискурсу зумовлені його завданнями (рис. 1.2).

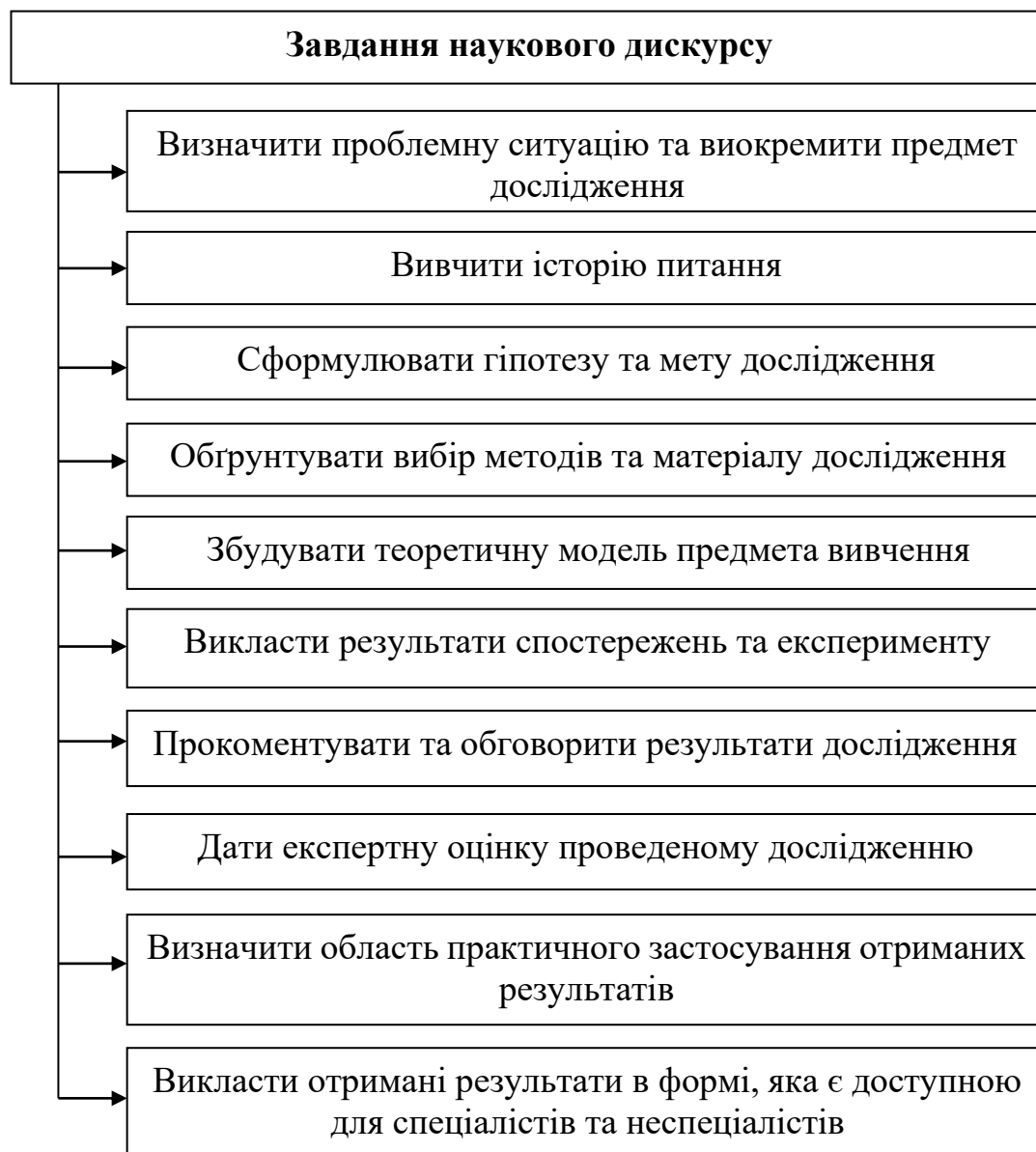


Рис. 1.2. Завдання наукового дискурсу (складено автором за (Шепітько 2014)).

Однією з конститутивних ознак наукового дискурсу є полемічний діалог фахівців, які обстоюють свою думку щодо наукової проблеми. Спілкування

такого типу реалізується мовцями у різних жанрах, здійснюється в усній або писемній формі, може бути розтягнутим у часі або протікати одномоментно, його обставини можуть бути різними, однак усі наукові тексти мають будуватися на полемічних засадах (Рожков 2016).

Отже, науковим вважають дискурс, який відповідає трьом основним критеріям: його проблематикою має бути вивчення навколишнього світу, статус його учасників має бути професійним, а спосіб його реалізації має бути діалогічним.

За прагматичною спрямованістю науковий дискурс має характер інформативного або аргументативного дискурсу, різновиду взаємодії адресанта й адресата, у якому адресант намагається переконати адресата в істинності повідомлення через своєрідний внутрішній діалог з читачем. Тому його характерна ознака – це певна категоричність, яка може бути виражена лексичними одиницями, граматичними структурами, стилістичними засобами (наприклад, емфатичні конструкції, риторичні запитання, зворотний порядок слів, прийом літоти). Цікаво, що залежно від мовленнєвої поведінки автора змінюється ступінь дотримання риторичних норм наукової комунікації. Так, авторитарна мовна особистість бере на себе відповідальність за свідоме чи несвідоме порушення риторичних норм наукового дискурсу, тоді як неавторитарна мовна особистість дотримується принципів мовленнєвої ввічливості, спрямованих на дотримання норм мовленнєвого етикету (Маслова 2013).

Дискурсивні формули наукового дискурсу представлені своєрідними зворотами мовлення, що є властивими спілкуванню у відповідній інституції. Такі формули з'єднують усіх представників наукової спільноти. Прагнення до максимальної точності в науковому дискурсі іноді призводить до надмірної термінологізації та синтаксичної ускладненості тексту. Комунікативні кліше в рамках інституційного дискурсу є своєрідними ключами для розуміння всієї системи відношень в відповідній інституції (Шпенюк 2012, с. 291).

Врахування екстралінгвістичних факторів при вивченні умов створення наукового тексту призводить до розуміння сутності його смислової структури як відображення динаміки процесу пізнання, формулювання й розвитку наукової концепції, яка проходить низку етапів, а саме: проблемна ситуація – проблема – ідея – гіпотеза – доказ гіпотези – закон / висновки. Таким чином, у дослідженні наукового дискурсу слід розглядати основну одиницю мовної комунікації – науковий текст – у сукупності комунікативних факторів, таких як зв'язки з іншими текстами, співвідношення автора і адресата, місце і час наукової комунікації та стиль наукового мислення (Маслова 2013).

У роботах Т. Радзієвської виокремлені об'єктивні фактори побудови полемічного тексту. До таких факторів належать:

1) мета, яка суміжна з інтенцією автора «...впливати на ті чи інші сторони адресата комунікації – на його емоційну та інтелектуальну сферу, спонукати його до дій» (Радзиевская 1992, с. 82). У полеміці перед автором стоять дві найголовніші цілі – це мета переконання й мета спростування. Також існує ціла низка додаткових надзавдань, які впливають, зокрема, на відбір мовних засобів;

2) адресат «...його статус та конкретні риси в ситуації породження тексту в значній мірі впливають на вигляд тексту» (Радзиевская 1992, с. 82). Оскільки в різних ситуаціях може бути носієм різних ознак, то й мовні засоби обирають таким чином, щоб вони відповідали образу адресата. У полемічних текстах адресат – у вигляді широкої аудиторії – є «спільником» полеміста. Принаймні, останній на цьому постійно наголошує. Адресат у полеміці – ідеально змодельований образ, носій позитивних ознак та властивостей;

3) суб'єкт комунікації також залежить від цілепокладання тексту й характеристик адресата. «Мета та статус суб'єкта як би наказують йому виконувати певні прагматичні ролі» (Радзиевская 1992, с. 83); 4) об'єкт (змістовний компонент) «текстової комунікації також впливає на вигляд тексту» (Радзиевская 1992, с. 84). Для полемічного тексту – це наявність конфліктної ситуації;

5) суб'єктно-адресатні відносини. Як наголошує А.Войскунський, ці відносини формуються залежно від прагматичних ролей, які виконує партнер з комунікації (Войскунський 1990, с. 128-152). Для суб'єктно-адресатних відношень у полемічному контексті характерною стає ознака контактності, коли автор прагне ототожнити себе з аудиторією, заохотити її в статусі підтримувального фактору (Петухова 2013).

Сприйняття полемічного дискурсу передбачає оцінку того, як мовні засоби організовані в ньому, щоб досягти найбільш перлокутивного ефекту. У зв'язку з цим значна частина мовних одиниць у полемічному тексті емоційно й експресивно забарвлена, хоча наявні, безумовно, нейтральні засоби мови. Сукупність об'єктивних факторів визначає використання полемістом саме тих засобів, які будуть передавати певні наміри автора, його первинну оцінку (Петухова 2013).

Полеміка може відбуватися у будь-яких формах – електронних або реальних конференцій, у різноманітних публікаціях і т.п. При цьому інтернет відіграє особливу роль в структурі наукових комунікацій. Завдяки можливостям інтернету значно зростає мобільність наукових комунікацій. Відповідно зростає і ефективність наукової діяльності. Інтернет дозволяє кожному оприлюднювати свої досягнення за повної відсутності експертних фільтрів, а зміст більшості електронних періодичних видань не рецензується (Броннікова 2015).

Поширення інтернет-комунікацій сприяє залученню широкого кола як фахівців, так і нефахівців до обговорення дискусійних питань, яке часто перетворюється на гостру полеміку. При цьому полеміка набуває нерідко надскладної структури, де об'єктом критики стають на лише певні погляди та їхні автори, а й інші учасники дискусії зі своїми опініями. Таким дискусіям властиве елімінування мовно-нормативних і деонтологічних обмежень (Афанасьєва, 2013). Дискурсивні формули інтернет-комунікації представлені своєрідними зворотами мовлення, властивими для спілкування між учасниками дискусії.

1.3. Комунікативна специфіка інтернетного дискурсу

В сучасних умовах комунікацій інтернет є важливим та потужним засобом комунікації. У мережі виявляються сучасні тенденції та специфіка полемічного мовлення, особливості мовного розвитку та простежуються стратегії впливу на учасників полемік.

Науковці по-різному трактують термін «інтернет-дискурс». Зокрема, М. Рижков називає ним когнітивно-комунікативний простір глобальної мережі, у якому інформація передається за допомогою електронного каналу передавання даних, їхня структуризація та маршрутизація відбувається шляхом гіпертекстуального механізму, а комунікативна взаємодія суб'єктів характеризується заміною реального образу вигаданим, засобом же комунікації слугують вербальні або паралінгвальні засоби (Рижков, 2021). У трактуванні Н.Гудзя інтернет-дискурс постає як комунікативне середовище, що створюється в мережі інтернет електронними засобами передачі даних, у якому відсутні часові, просторові, гендерні, расові і тому подібні обмеження та яке здатне впливати на свідомість потенційного адресата з метою досягнення цілей адресанта (Гудзь 2013). На думку А. Білоуса, інтернет-дискурс можна визначити як текстову систему, яка є невід'ємною частиною будь-якого комунікативного акту у віртуальній реальності. Тобто інтернет-дискурс – це текст, який створюється в процесі спілкування у віртуальному комунікативному просторі. І.Карпа інтерпретує його так: це «тип спілкування у глобальній мережі Інтернет, спрямований на забезпечення інтерактивності, нелінійної комунікації, установлення та підтримки контакту, формування мовленнєвих жанрів емоційного й інформаційного обміну, здійснення впливу, переплетення комунікативних стратегій, що загалом забезпечує посилення пізнавального потенціалу мовлення, його збереження та поновлюваність відповідно до актуалізації потреб мовця» (Карпа 2013, с. 6). Інтернет-дискурс – це текст, розміщений в інтернет-просторі, якому властиві персуазивна комунікативна установка є імпліцитним відображенням суб'єктивної авторської позиції, яку

побудовано з урахуванням лінгвістичних, психологічних та технологічних факторів – так вважає Є. Варламова (Варламова 2006, с. 7).

Окремі науковці застосовують в своїх працях іншу термінологію, ніж «інтернет-дискурс». Так, Л. Компанцева вживає термін «інтернет-комунікація» як особливе середовище, місце реалізації мови, яке дало змогу ґрунтовно вивчати комунікативний потенціал мови, тенденції її функціонування у специфічному лінгвокультурологічному середовищі (Компанцева 2007, с. 4). У літературі також трапляються терміни «комп'ютерно-опосередкована комунікація», «комп'ютерно-опосередкований дискурс» (Бойчук 2014).

Висновуючи викладене вище, ми пропонуємо таке визначення інтернет-дискурсу: це когнітивно-комунікативне середовище, створюване в мережі «Інтернет» електронними засобами передачі даних, структуризація та маршрутизація яких здійснюється за допомогою гіпертекстуального механізму, у якому відсутні часові, просторові, гендерні, расові і подібні обмеження та яке спрямоване на забезпечення інтерактивності, нелінійної комунікації, встановлення та підтримки контакту, формування мовленнєвих жанрів емоційного й інформаційного обміну та здатне впливати на свідомість потенційного адресата з метою досягнення цілей адресанта, а комунікативна взаємодія суб'єктів характеризується заміною реального образу вигаданим, засобом же комунікації слугують вербальні або паралінгвальні засоби.

Інтернет-дискурс – це суміш особистісно-орієнтованого і статусно-орієнтованого дискурсів, передбачає як довірливе спілкування між добре знайомими у реальному житті індивідами (спілкування у соціальних мережах, скайп, чатах), так і спілкування, метою якого є задоволення соціальних потреб, що спрямоване на певні інтернет-спільноти (Велика 2017).

За каналом спілкування інтернет-дискурс є формою комбінованою – у ньому наявні як письмовий (статті, чати, форуми), так і усний (аудіоматеріали) види. Він є сполученням віртуального дискурсу з реальним, адже, як було зазначено вище, людина не може звертатися до чогось, що не має матеріального вираження і є повністю віртуальним. При цьому інтернет-дискурс є повністю

дистанційним, адже спілкування у будь-якому випадку відбувається через глобальну мережу, що розділяє комунікантів. Інтернет-дискурс не можливо класифікувати за соціально-демографічними критеріями, адже він спрямований на різні страти суспільства (Велика 2017).

Аналіз наукових праць, присвячених дослідженню мовлення в інтернеті, дозволив визначити характеристики інтернет-дискурсу, викладені нижче в табл.1.3.1.

Таблиця 1.3.1

Характеристики інтернет-дискурсу

<i>№ п/п</i>	<i>Характеристика</i>	<i>Сутність характеристики</i>
1.	Глобальність	Можливість здійснювати з'єднання з інтернетом з будь-якої локації на земній кулі
2.	Дистантність	Опосередкованість у хронотопних параметрах – комуніканти перебувають одночасно в кількох локально-часових позиціях: віртуальній, умовній і реальній; усунення просторових і часових обмежень
3.	Оперативність	Висока швидкість передавання інформації
4.	Теоретична необмеженість обсягу інформації	Теоретична необмеженість обсягу інформації, можливостей її передавати, сприймати та редуплікувати
5.	Доступність	Будь-хто може отримати доступ до інтернету, що зумовлює соціальну різноманітність аудиторії
6.	Анонімність	Можливість розкривати свою ідентичність, не розкривати її, або приписувати собі ідентичність іншої людини/спілки людей
7.	Потенційність	Спрямованість комунікації на потенційного адресата від імені передбачуваного ним адресанта, які можуть не збігатися з реальними через анонімність і можливість містифікації при онлайн-комунікації
8.	Проникність	Можливість та розрахунок на доступ до повідомлень третіх осіб
9.	Статусна рівновага	Комуніканти рівноправні внаслідок того, що спілкування в інтернет-дискурсі стирає соціальні, гендерні, вікові та інші ознаки.
10.	Інтерактивність	Можливість кожного користувача інтернету донести до інших користувачів свою думку та погляди
11.	Опосередкованість	Медійованість комунікації комп'ютерним каналом комунікації з його специфікою і обмеженнями
12.	Часткова візуальна деконтекстуалізованість через переважно письмовий тип онлайн-комунікації	Відсутність відомостей про невербальні реакції співрозмовника на передавану інформацію, окрім експліцитно передаваних ним відомостей

13.	Креолізованість (полікодовість)	Насичення текстової інформації графічними, аудіо- та відео-елементами. Передачу емоцій, міміки, почуттів здійснюють за допомогою “смайликів”, великих літер, розділових знаків
14.	Архівабельність	Інформація в інтернеті теоретично може зберігатися довічно та на різних серверах (за умови, що всі сайти, які містять цей фрагмент інформації, не було змінено чи терміновано
15.	Премедітованість	Можливість продумати повідомлення та зробити всі необхідні корекції в ньому перед відправленням
16.	Лабільність мовлення	Немає чітких стандартів та правил вербальної поведінки в Інтернеті (окрім сайтів або онлайн-спілок з певним прописаним регламентом комунікації) та кожен обирає той стиль спілкування, який найбільше йому імпонує
17.	Ситуаційна регламентованість	На протипагу лабільності передбачає можливість існування деяких обмежень у вербальній поведінці в деяких онлайн-середовищах з боку адміністрації та/або інших користувачів, за порушення яких користувача можуть покарати
18.	Наявність мережевої етики	Наявність правил поведінки, спілкування, традицій у мережі інтернет загалом та на окремих сторінках, форумах і в соціальних мережах
19.	Гіпертекстовість	Специфічна риса інтернет-дискурсу, що передбачає взаємозв'язок сторінок Всесвітньої павутини через посилання одна на одну
20.	Мовне втілення	Інтеграція усного і писемного мовлення і виникнення нової форми мовної взаємодії – усно-писемного дискурсу.
21.	Діалогічність	Інтернет-дискурс завжди має діалогічний або полілогічний характер, адресант завжди звертається до адресата й чекає на його реакцію навіть в монолозі
22.	Полідискурсивність	Різним сторінкам і форумам в мережі інтернет притаманні своя тематика, свої мовні та стилістичні особливості
23.	Поєднання категорій «автор» і «читач»	Автор і читач, вступаючи в діалог в системі «допис-коментар», постійно міняються цими ролями

Узагальнення наше.

Важливою особливістю інтернет- дискурсу є його технічна обмеженість (зумовлена наявністю у комунікатора комп'ютера чи будь-якого гаджета з можливістю доступу в інтернет) і людським фактором (підключення співрозмовника у даний момент до мережі і його перебування на певному ресурсі у конкретний момент) (Білоус 2016).

Анонімність співрозмовника є також однією з найважливіших характеристик спілкування в мережі. Незважаючи на те, що іноді можна отримати певні анкетні відомості і навіть фотографію співрозмовника, вони не є достатніми для адекватного сприйняття особистості. При інтернет-комунікаціях комуніканти часто поширюють неправдиву або неперевірену інформацію. Відсутність невербальної інформації у процесі інтернет-комунікації впливає на протікання процесів міжособистісного сприйняття. Користувач може добровільно ініціювати спілкування і за бажанням у будь-який момент його завершити. Нестача емоційного компонента спілкування, що супроводжується символічним наповненням тексту за допомогою спеціальних значків на позначення емоцій або опису емоцій словами. Користувачі Інтернету, як правило, позбавлені допоміжних екстралінгвістичних засобів, серед яких: тембр голосу, жести, міміка. Цей емоційний дефіцит компенсується введенням у віртуальний дискурс сурогатних емоційних реакцій – «смайликів». Окрім «смайликів», з метою привернення уваги співрозмовника використовують великі літери, які іноді трактують як підвищення голосу. Обмеженість звуку комуніканти часто замінюють знаковими аналогами – знаками оклику, засобами інших мовних жанрів (Виноградова 2004, с. 63-67; Бойчук 2014).

Характерним для інтернет-комунікації є те, що учасники дискурсу в мережі часто поведуться не так як у реальному житті – вони реалізують те, чого уникали в реальному житті. При віртуальному спілкуванні долаються численні соціальні бар'єри щодо віку, зовнішності, соціального статусу, манер тощо (Качинська 2016).

Інтернет-дискурсу притаманні три форми мовлення: монолог, діалог, та полілог, які в умовах аналізованого комунікативного середовища набувають специфічних структурно-типологічних особливостей (Каптюрова 2013).

Діалогічність передбачає зазначення конкретного адресата перед текстом коментаря або через покликання на відповідний профіль у соцмережі, або через зазначення імені та прізвища співрозмовника. Таку діалогічність можна охарактеризувати як досить умовну, тобто квазидіалогічність, оскільки до

коментування й обговорення може приєднатися будь-який користувач соцмережі. Діалогічне спілкування має місце в разі звернення одного користувача до іншого у формі дописів на сторінці користувача. У разі необхідності звернення до особи користувачі публікують дописи на персональній сторінці адресата, використовуючи звертання, апелятиви тощо (Нерян 2020, с. 71). Перехід до діалогу або полілогу відбувається лише в тому випадку, коли зміст повідомлення зацікавлює потенційних співрозмовників та стимулює їх до виконання певної комунікативної дії (Каптюрова 2013).

Ще однією з важливих форм мовлення в соціальних мережах та мікроблогах є діалог, який складається із обміну висловленнями-репліками, на мовний склад яких впливає безпосереднє сприйняття, яке активізує роль адресата в мовленнєвій діяльності адресанта (Винокур 1990, с. 135). Мовець налаштований на активну увагу у відповідь на свої репліки, він очікує відповідь, згоду, співчуття, заперечення тощо. До діалогічного мовлення належать ті повідомлення в соціальних мережах та мікроблогах, які мають конкретного адресанта. Переважно такі повідомлення надсилають приватно або залишають на персональній сторінці адресата, або створюють із зазначенням конкретного адресата (Каптюрова 2013).

Діалогічні повідомлення (особливо ті, що надсилають приватно) часто мають високий ступінь інтимізованості (їм характерне використання експресивної лексики, інвертованого порядку слів, зменшувально-пестливих звертань тощо), оскільки вони розраховані не на загал (Каптюрова 2013).

Особливим видом діалогу є імпліцитний діалог, в якому беруть участь два комуніканти, але, на відміну від звичайного діалогу, його об'єктивізує лише ініціатор комунікації (Кудлаева 2006, с. 12). За своєю зовнішньою формою він нагадує монологічне мовлення, оскільки вербальні репліки виражаються лише одним із учасників комунікації, а за комунікативною спрямованістю – діалог, оскільки комунікація відбувається, хоча вербальні репліки другого комуніканта замінюються невербальними компонентами (Каптюрова 2013).

Полілог – це розмова між кількома особами; форма мовлення, змістовно-смілова структура якого характеризується ситуативною зв'язністю, спонтанністю та нелінійністю (Винокур 1990, с. 381). У соціальних мережах та мікроблогах полілог найчастіше виникає при коментуванні записів, зображень, аудіо- та відеоматеріалів. До особливостей полілогічного мовлення у соціальних мережах та мікроблогах можна віднести рівноправність учасників, оскільки кожний може висловитися та бути почутим, відсутність регламенту (кожен може обстоювати свої погляди, писати необмежену кількість повідомлень) (Каптюрова 2013).

Тексти повідомлень у соціальних мережах і мікроблогах демонструють риси функціонального синкретизму, а саме: у них поєднуються різні типи мовлення у напрямку «монолог/діалог/полілог», а також різні види комунікації – міжособистісна, комунікація малих груп, публічна, масова. При цьому синкретизм монологічного, діалогічного та полілогічного мовлення в інтернет-середовищі полягає в тому, що надіслані повідомлення (як приватні, так і публічні) мають на меті ініціацію діалогу або полілогу із потенційними комунікантами. У комунікативному середовищі соціальних мереж та мікроблогів синкретизм виявляється у поєднанні різних типів комунікації – міжособистісної, комунікації малих груп, публічної, масової (Каптюрова 2013).

Дискурсивні практики в інтернет-дискурсі мають віртуальний характер, і сама ця розгалужена комунікативна гіпертекстова мережа становить віртуальний дискурс. Цю особливість можна визначити як полідискурсивність, що має широкий спектр для власної реалізації. Універсальність віртуального підключення до описаних дискурсів дозволяє користувачеві миттєво перемикатися між ними, що, в свою чергу, створює ілюзію єдиного цілісного полідискурсивного простору (Білоус 2016).

Серед мережевих глобальних сервісів, які створюють принципову можливість існування полідискурсивності, можна виділити пошукові ресурси, форуми, блоги, соціальні мережі. Зокрема, соціальні мережі створюють додаткові можливості для посилення полідискурсивності віртуальних

дискурсивних практик. Після реєстрації в соціальних мережах користувач може вказати, з яких саме мережевих публічних ресурсів будуть надалі імпортуватися записи в агрегатор, який одночасно підтримує трансляцію посилань на контент величезної кількості мережевих ресурсів (Білоус 2016).

Специфічною рисою інтернет-дискурсу є полікодовість (поєднання знакових елементів різних семіотичних систем). Полікодовий текст потрактовують як повідомлення, що містить різні семіотичні коди, тобто поєднує різні знакові системи, переважно скеровані на візуальне сприйняття реципієнтами. В. Чернявська вважає, що використання терміну «полікодовий текст» є доцільним для «позначення тексту як когерентного цілого, що складається з кількох семіотичних кодів» (Чернявская 2009, с. 90). О. Сонін визначає його як специфічний твір, що виник внаслідок взаємодії в єдиному графічному і смисловому просторі гетерогенних складників (зображального і вербального) (Сонін 2006, с. 6) та наголошує на візуалізації полікодових текстів: «термін використовують на позначення специфічних повідомлень, що містять гетерогенні за своєю семіотичною сутністю складники, що впливають на реципієнта в межах однієї модальності, здебільшого зорової» (Сонин 2012, с.165).

Отже, полікодовий текст передусім орієнтований на візуальне сприйняття та містить вербальні й візуальні компоненти, які у віртуальному спілкуванні мають різне співвідношення. Так, у популярній соціальній мережі «Instagram» домінують візуальні складники (світлини), а вербальні компоненти виконують підпорядковану функції підписів до ілюстративного контенту. У мережі «Telegram» вербальний компонент посилений, проте через актуалізацію одностороннього зв'язку з адресатом і неможливість інтерактивного полілогу повідомлення мають інформаційний характер, що унеможлиблює функціонування аргументативного дискурсу. У соціальній мережі «Facebook» розміщені великі за обсягом дописи користувачів, зокрема переконувального, доказового, аргументативного типу, вербальна частина яких поєднана з елементами інших знакових систем (Нерян 2020, с. 44-45).

Віртуальна комунікація має яскраво виражений полікодовий характер, що виражається в її семіотичній гетерогенності: можливість креолізації тексту за допомогою різноманітних мультимедійних засобів у процесі віртуальної комунікації дає користувачам мережі величезні можливості для самовираження, дозволяючи використовувати не тільки іконічні, а також аудіо- і відеоеlementи. У мережевому дискурсі полікодовість забезпечується можливістю використання насамперед візуальних засобів – статичних і динамічних зображень. При цьому соціальна мережа «Facebook» характеризується домінуванням вербальних компонентів, оскільки користувачі розміщують тексти з метою реалізації аргументації (або виключно тексти, без зображень), а візуальні елементи виконують другорядну функцію. На нашу думку, це зумовлено тим, що аргументація – це «процес впливу на адресата переважно вербальними засобами з метою усунення когнітивного й аксіологічного дисонансу» (Белова 2003, с. 13).

В інтернет-дискурсі, через специфіку каналу комунікації, наявні унікальні лише для цього середовища лінгвальні особливості, зокрема гібридність, оскільки він вирізняється письмовою формою реалізації, але будується за принципами усного розмовного мовлення (Лукашенко 2006, с. 7). При цьому, запозичуючи певні риси усного і писемного мовлення, Інтернет-дискурс все ж таки принципово від них відрізняється. Д. Крістал наводить ряд відмінностей між мовою Інтернет-дискурсу та живим усним спілкуванням, а саме: 1) відсутність синхронного зворотного зв'язку – мовцю важко зрозуміти чи правильно проінтерпретоване, чи сприйняте його повідомлення, оскільки одержувач чисто технічно не може синхронно на нього відреагувати; 2) повільніший ритм Інтернет-комунікації, оскільки, наприклад, відповідь на e-mail повідомлення може надійти в дуже широкому часовому діапазоні – від кількох хвилин до кількох тижнів і навіть місяців; 3) через певні технічні причини може порушуватися або взагалі бути відсутньою комунікативна зміна ролей, що призводить до певних непорозумінь; 4) відсутність просодії та паралінгвальних засобів, які адресанти здебільшого намагаються компенсувати графічними засобами; 5) відсутність міміки та жестів, як наслідок – використання емотиконів

для їх відтворення; б) брак властивостей живого мовлення, пов'язаних зі спонтанністю – реакції на почуте та вставних конструкцій (Crystal 2004, с. 30–40).

Аналіз цих відмінностей вказує на те, що інтернет-дискурс більшою мірою тяжіє до писемного мовлення. Однак, мова інтернет-дискурсу, яка іноді іменується «метакомунікативним мінімалізмом», відрізняється від писемного мовлення кількома фундаментальними ознаками. По-перше, веб-сторінки постійно оновлюються, тоді як традиційний текст залишається незмінним. По-друге, система індексування, яка допомагає упорядкувати і класифікувати письмові тексти не є релевантною до мови інтернет-дискурсу, оскільки тематичне групування такого значного масиву інформації не ефективно (Crystal 2004, с. 44-47).

Намагаючись розмежувати усне, писемне і мережеве мовлення, Д. Крістал справедливо зазначає, що мережеве мовлення – це писемне мовлення, більшою мірою наближене до усного, ніж усне мовлення до свого письмового варіанту. Вчений визначає мережеве мовлення за формулою: «усне мовлення + писемне мовлення + електронно–опосередковані особливості і розглядає його не як гібрид, а як новий вид мовлення (Crystal 2004, с. 47-48; Гудзь 2013).

Найчастіше комунікативний процес в інтернеті підтримують в текстовій формі. Проте на даний момент вже можна говорити про виникнення поряд з усною та письмовою третьою формою – електронної мережної мови, для якої в англійськомовному середовищі використовують різні терміни: e-language, netlingvo, e-talk, netspeak (Давиденко 2015).

Елементи метамовної рефлексії «обтяжують» спілкування семантичними «перевантаженнями»... Змішання шрифтів, алфавітів, своєрідна розмітка тексту повідомлення «смайликами» та іншими вербальними знаками сприяє як розумінню змісту конкретного повідомлення на іншому кінці комунікаційного каналу, так і ідентифікації учасників комунікації як осіб, причетних до того чи іншого співтовариства (Белла 2018, с. 66-67).

Суб'єкт віртуальної спільноти не обмежений у акті метакомунікації будь-якої специфічної спільноти. Метакомунікаційний акт, акт *гібридизації* інформаційних модусів, якщо скористатися терміном соціолінгвістів, спрямований на подолання вузько-спільнотних кордонів. Метакомунікаційний акт у такому розумінні можливий, доречний і навіть затребуваний саме у межах віртуальної комунікації – як такий, що відкриває для індивіда ресурс самореалізації у межах гіперспільноти (Белла 2018, с. 67-68).

Віртуальна спільнота є одним із ключових понять сучасної практики функціонування соціальних комунікацій. А. Соловей вважає, що серед мережевих ресурсів усе більшу роль відіграють віртуальні спільноти, основними функціями яких є підтримка спілкування, обмін думками, отримання інформації. Формування спільнот в мережі інтернет обумовлено процесами глобалізації, урбанізації, а також внутрішніми психологічними мотивами і соціальними потребами сучасної людини. Люди з часом в усе більших масштабах організовуються за допомогою віртуальних спільнот на основі комп'ютерної комунікації (Соловей 2014).

Іспанський соціолог М. Кастельс стверджує, що «...спільноти функціонують, ґрунтуючись на двох головних, загальних для всіх культурних цінностях. Перша з них – це цінність горизонтальної, вільної комунікації. Практика віртуальних спільнот являє собою практику глобальної свободи слова в епоху панування медійних конгломератів і цензур державних бюрократій. Ця свобода для багатьох висловлювати свою думку і доводити її до відома багатьох інших, що високо цінувалася починаючи з найперших сеансів онлайн-комунікації, стала однією з фундаментальних цінностей інтернету. Другу спільну для всіх цінність, зобов'язану своїм походженням віртуальним спільнотам, я б назвав самоврядною організацією мережі. Іншими словами, це можливість для кожного знайти його (або її) власне місце в Мережі, а якщо не виходить, то створити його (або її) власну інформацію і опублікувати її в інтернеті, тим самим ініціюючи появу нової мережі» (Кастельс 2004, с. 73).

Віртуальні спільноти пов'язуються між собою за допомогою соціальних мереж (далі – соцмережі). Соцмережі як форма комунікативної взаємодії виконують у віртуальному просторі комунікативну, розважальну і інформаційну функції (Мирум'ян 2015).

Комунікативна функція соцмереж дає підстави висновувати про полілогічність віртуального спілкування. Полілогічність забезпечується в соцмережах системою гіперпосилань і залученням до дискусій через перехресні покликання великої кількості користувачів. О. Дзюбіна вважає, що «важливим способом спілкування в соціальних мережах є обмін посиланнями. Замість того, щоб переповідати щось своєму опоненту, достатньо просто надіслати йому посилання на той сайт чи пост в соціальній мережі, де про це йдеться. Особливістю соціальних мереж є те, що інформаційне наповнення є неструктурованим, дискусії виникають спонтанно» (Дзюбіна 2016).

Узагальнюючи представлені переліки характеристик соцмереж, дослідники виокремлюють такі параметри комунікації в соцмережах: дистантність, опосередкованість, мультимедійність, віртуальність, анонімність, високий ступінь проникнення, синхронність / асинхронність, статусна рівноправність, множинний режим спілкування, комбінація різних типів дискурсу (Юрина 2017).

Висновки до розділу 1

Отже, полеміка – це гостра публічна суперечка в ході обговорення деякої проблеми, боротьба принципово протилежних думок та поглядів щодо того чи того питання. Мета полеміки полягає в аргументованому обстоюванні власного погляду і спростуванні доводів опонента, а також у пошуку істини, компромісу, консенсусу, згоди, злагоди.

Наукова або фахова полеміка забезпечує знаходження істини, дає змогу переконати опонентів у справедливості власних ідей, уможливорює верифікацію будь-якої думки, випробування її обґрунтованості.

Полеміка є важливим складником наукової діяльності, оскільки це спосіб спільного пошуку розв'язання будь-якої проблеми шляхом висування, протиставлення й критичного обговорення різних точок зору. Ефективність дискусії зумовлена тим, що вона дозволяє підійти до вирішення проблеми з різних позицій, максимально використовувати науковий потенціал багатьох вчених, залучити більшу кількість вихідних даних, уникнути абсолютизації і обмеженості точок зору тощо. У полеміці відображається колективний характер творчої пізнавальної діяльності, вона виступає засобом продуктивного спілкування, комунікації членів наукового співтовариства.

Інтернетне спілкування істотно вирізняється на тлі інших форм комунікації низкою ознак, серед яких: глобальність, дистантність, оперативність, теоретична необмеженість обсягу інформації, доступність, анонімність, потенційність, проникність, статусна рівновага, інтерактивність, опосередкованість, часткова візуальна деконтекстуалізованість через переважно письмовий характер онлайн-комунікації, креолізованість (полікодовість), архівабельність, премедітованість, лабільність мовлення, ситуаційна регламентованість, наявність мережевої етики, гіпертекстовість, мовне втілення, діалогічність, полідискурсивність, поєднання категорій «автор» і «читач».

Переваги мережевого спілкування полягають у високій мобільності наукових комунікацій, завдяки чому зростає і ефективність наукової діяльності, а також у залученні широкого кола як фахівців, так і нефаківців до обговорення дискусійних питань.

Наукові дискусії набули поширення в інтернеті з огляду на їхню зручність. Таке наукове спілкування відрізняються від офіційного неформальним та довільним характером, відсутністю регламентів, яких необхідно дотримуватися під час офіційних дискусій, зокрема щодо стилю мовлення та мовних засобів.

РОЗДІЛ 2. СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ ВЕДЕННЯ ДИСКУСІЇ В ІНТЕРНЕТІ

2.1. Принципи комунікативної взаємодії в інтернеті

Стратегії та тактики дискусій, їхні види, побудова та очікувані результати залежить від комунікативної мети учасників дискусії. Під комунікативною метою розуміють кінцевий або проміжний результат мовної взаємодії опонентів у полеміці, перлокутивний ефект, досягнення якого вони прагнуть та яке вимагає від них оптимального в конкретних умовах застосування тих або тих мовленнєвих стратегій і тактик.

Тісно пов'язані з комунікативною метою учасників дискусії застосовувані ними комунікативні стратегії. Це сукупність мовних і мовленнєвих засобів, використання яких дає змогу мовцю досягти певної комунікативної мети. Стратегії реалізуються за допомогою тактик – конкретних мовленнєвих дій, що виявляють наміри опонентів та які передбачають певний набір мовних засобів, смислів, стилістичних прийомів тощо. Тактики можуть складатися як з одного, так і з кількох висловлень, причому мовець може контролювати успіх або невдачу конкретного мовленнєвого акту на окремих етапах діалогу і коригувати свої мовленнєві дії з огляду на перлокутивний ефект.

Комунікативні стратегії поділяються на конструктивні, що передбачають переконання співрозмовника та зміну його думки, деструктивні, ціль яких – заперечення думки опонента та переконання в її хибності, а також синкретичні, що поєднують ті й інші.

На окрему увагу заслуговує гібридна, або синкретична, стратегія. Її застосування створює певну складність для опонента: за тонкощами висловлювання він має зрозуміти, який намір переважає – конструктивний чи деструктивний – і з огляду на це вибудовувати власну стратегію. Проте обидва наміри можуть одночасно бути втіленими в репліці, тоді від відповіді опонента

залежить напрямок розвитку дискусії – або вона набуде конструктивного характеру, або мовці перейдуть до взаємного тролінгу.

До конструктивних стратегій належать діалогічна, семантична та прагматична, а до деструктивних – некооперативна поведінка, тролінг та флеймінг.

Конструктивність або деструктивність комунікативних стратегій і тактик можна визначити за відповідністю або невідповідністю реплік, якими обмінюються опоненти під час полеміки, принципу кооперації Г. Грайса та принципу ввічливості Дж. Ліча, згідно яких конструктивний діалог є заснованою на дотриманні принципів ввічливості спільної діяльності мовців, кожен з яких робить свій внесок у побудову комунікації, що його потребує конкретна ситуація, а також визначає та дотримується спільної мети.

Грайс ввів чотири максими, досягнення яких сприяє повному дотриманню Принципу кооперації: якості інформації, кількості інформації, релевантності та ясності (Грайс 1985). Максими ж принципу ввічливості Дж. Ліча, що загалом відсилають до загальнолюдських норм взаємодії, наступні: такту, великодушності, схвалення, скромності, згоди, симпатії (Leech 1989). Недотримання хоча б однієї з цих максим сприяє поступовому переходу конструктивної дискусії в деструктивну у випадку резонансу – коли до порушення зазначених максим вдадуться інші мовці, дискусія перетвориться на флейм – неконструктивну суперечку заради суперечки з переходом до особистих образ.

За базу в подальшому дослідженні ми обрали типології стратегій тактик, що їх розробили в своїх працях такі вчені, як: Абдулліна Л.Р., Балахонська Л.В., Белова В.Ф., Булатова О.І., Воронцова Т.А., Дускаєва Л.Р., Коняєва Ю.М., Кур'янович А.В., Матвєєва Г.Г., Чалова О.Н. Методики аналізу полемічного мовлення, запропоновані зазначеними науковцями, були нами проаналізовані та доопрацьовані – упорядковано в табличній формі конструктивні та деструктивні комунікативні стратегії і тактики, що їх застосовують опоненти в полемічному мовленні, проаналізовано та доповнено визначення сутності зазначених

стратегій і тактик, зібрано та систематизовано їх мовні маркери. Методика нами адаптована до особливостей комунікації в інтернеті та викладена в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Комунікативні стратегії й тактики, що їх застосовують мовці в різних форматах полемік у мережі інтернет

<i>№ n/n</i>	<i>Назва стратегії (тактики)</i>	<i>Сутність стратегії (тактики)</i>
Конструктивні комунікативні стратегії й тактики		
1.	Діалогічна стратегія	Активізація наукової мови, врегулювання та впорядкування черговості вступу комунікантів до полілогу, сигналізація про прагнення учасників дискусії налагодити комунікативний контакт, вирішення проблеми спільними зусиллями
1.1	Інтерогативна тактика	Апелювання до знань співрозмовника, його думки, інформації, якою він володіє, забезпечення передання слова іншій особі
1.2	Інтродуктивна тактика	Введення і формулювання проблематики, що отримала недостатнє висвітлення в попередній промові опонента, залученням уваги до неї
1.3	Тактика спільного пошуку рішень	Пропонування опонентові варіантів відповіді на власні питання, висунення власних гіпотез щодо наукової проблеми, прогнозування розвитку подій, висловлення здогадок щодо намірів співрозмовника, а отже, спонукання останнього до підтвердження або спростування висловлюваних припущень
2.	Семантична стратегія	Провідна комунікативна стратегія наукового та науково-практичного дискурсу, полягає в цілеспрямованому впливі на інтелектуальну сферу опонента, обумовлює ключову для спілкування роль стратегії переконання в правомірності певної позиції
2.1	Тактика апеляції до власних спостережень, досвіду, думок	Подання авторського бачення проблеми, позиціонування своєї думки серед багатьох інших
2.2	Ілюструвальна тактика	Повідомлення достовірно відомого, зазначення безсумнівності існування, наявності будь-чого на доказ своєї точки зору
2.3	Тактика посилення на авторитет	Звернення до думки авторитетної особи або літературного джерела, до загально визнаних концепцій і теорій з метою надання ваги своїм доводам
2.4	Компаративна тактика	Будь-яке співставлення думок, ідей, гіпотез тощо з роботами інших авторів, пов'язане з локалізацією конкретних наукових поглядів у відповідному інтертекстуальному просторі
2.5	Дефініційна тактика	Визначення конкретних понять для підтвердження і обґрунтування своєї позиції
2.6	Уточнювальна тактика	Використання уточнень для пояснення власної позиції, конкретизації власної заяви, з метою уникнення можливої двозначності, усунення труднощів лінгвістичного і нелінгвістичного характеру

2.7	Акцентувальна (емфатична) тактика	Акцентування на сказаному, виокремлення основної думки висловлювання
2.8	Узагальнювальна тактика	Підбиття підсумків, як остаточних, так і проміжних
2.9	Доповнювальна тактика	Введення нового аспекту інформації, що дозволяє по-іншому поглянути на обговорювані явища, надати їм додаткового сенсу
3	Прагматична стратегія	Вираження відношення (оцінювання) до позиції індивідуального або колективного опонента
3.1	Тактика критики дослідницької позиції опонента	Будь-який негативний коментар, що стосується наукових поглядів колег, а також висловлення незгоди з цими поглядами. Ця тактика сприяє виникненню мовної взаємодії
3.2	Тактика позитивної презентації дослідницької позиції опонента	Будь-який позитивний коментар дослідних поглядів опонента, колег, а також вираження згоди з ними
3.3	Тактика самодискредитації	Будь-яка негативна кваліфікація власного наукового дослідження. Мета – запобігання можливій критиці з боку опонентів
3.4	Тактика позитивної самопрезентації	Будь-який позитивний коментар щодо власної наукової позиції, здійснюється з метою акцентування значущості своєї роботи
3.5	Тактика маскування критики	Імпліцитне висловлення незгоди, наприклад, під виглядом нерозуміння
3.6	Тактика деінтенсифікації критики	Зниження категоричності критичного зауваження за рахунок повідомлення щодо його можливої помилковості, суб'єктивності тощо
Деструктивні комунікативні стратегії й тактики		
4	Некооперативна поведінка	Порушення принципів конструктивної взаємодії (співробітництво, взаєморозуміння, повага до позиції опонента)
4.1	Тактика ухилення від відповіді	Репліка у відповідь характеризується низькою інформативністю або її повною відсутністю
4.2	Тактика дискредитації позиції опонента	Некоректна форма комунікативної дії з підкресленою конфліктністю, найчастіше викликає небажаний перлокутивний ефект, наприклад, пряму або непряму відмову від подальшої участі в комунікації. Ця тактика нерозривно пов'язана з використанням стилістично знижених емоційно забарвлених мовних засобів, що свідчать про найвищий ступінь несприйняття позиції співрозмовника
4.3.	Тактика декларування	Відсутність конструктивної взаємодії
5.	Стратегія троллінгу	Деструктивна комунікативна стратегія, заснована на порушенні принципів діалогу, зловживанні довірою інших комунікантів, застосуванні маніпуляторних практик і провокації
6.	Стратегія флеймінгу	Деструктивна комунікативна стратегія, метою якої є суперечка заради суперечки, сварка, що полягає у відході від теми дискусії, переході на особистості, використанні докорів і лайки замість аргументів, це пуста розмова, тобто розмова з нульовою інформативністю. Тригером такого діалогу або полілогу в інтернет-комунікації зазвичай є репліка-тролінг, тобто флеймінг – це результат ефективної мовної провокації

5.1., 6.1.	Тактика товстого троллінгу	Неприкрита мовна агресія щодо опонентів, яка виявляється у зухвалій поведінці, висловлюванні образ та явних порушеннях правил мережевого етикету й етики міжособистісного спілкування
5.2, 6.2.	Тактика тонкого троллінгу	Латентна агресія, що живиться інтелектуальною перевагою «троля» над опонентом. Дотримання цієї тактики вимагає від мовця освіченості, ерудиції, володіння психологічними прийомами та розвиненими навичками маніпуляції, уміння вести дискусію, знання правил, прийнятих у співтоваристві, обізнаності про проблемні і больові точки суспільства
5.3, 6.3.	Тактика ельфінгу	Навмисна перебільшена похвала об'єкта коментованої статті з метою розпалювання флеймінгу
5.4, 6.4.	Тактика трикстеріанства	Мовна гра, зміст якої полягає в намаганні мовця в ігровій формі звернути увагу на реальні проблеми суспільства та запобігти неконструктивному обговоренню
5.5, 6.5.	Тактика оффтопіngu	Тематичний зсув, пов'язаний з бажанням відвести адресата подалі від теми дискусії. Відволікання від теми, як правило, викликане авторським невдоволенням, незгодою або осудженням предмета мовлення.
5.6, 6.6.	Тактика переходу на особистості	Дискредитація аргументів опонента шляхом дискредитації його слів. Негативне висловлювання на адресу співрозмовника може стосуватися його особистісних рис

Розроблено автором за працями (Абдулліна 2017; Балахонська 2018; Белова, Матвєєва 2015; Булатова 2017; Воронцова 2016; Дускаєва 2017, Кур'янович 2018, Чалова, 2011).

Аналіз застосування комунікантами в процесі інтернет-дискусій систематизованих та узагальнених вище комунікативних стратегій і тактик на базі викладених у загальному доступі полемік виконано в наступних пунктах роботи.

2.2. Конструктивні стратегії та тактики полеміки

Конструктивні стратегії та тактики полеміки спрямовані на досягнення спільного вирішення проблемної ситуації, колективне розв'язання наукового або науково-практичного завдання. З метою дослідження конструктивних тактик полеміки в інтернеті ми вивчили дописи і коментарі до них, що спільно утворюють дискусію в професійних спільнотах у соціальних мережах (переважно соціальна мережа «Фейсбук») та на професійних форумах,

розміщених у загальнодоступному контенті спеціалізованих інтернет-платформ (у роботі переважно використано матеріали, розміщені на інтернет-платформі «Дебет-Кредит»).

Допис 1: Особа 1 поділився статтею Володимира Дубровського під назвою: «Чому б працівникам самим не платити податки?», що була опублікована на інтернет-сторінці видання «Дзеркало тижня» (веб-адреса: <https://zn.ua/ukr/business/chomu-b-pracivnikam-samim-ne-platiti-podatki-292892.html>).

Стаття, згадана в дописі, присвячена дослідженню необхідності переходу до нової моделі сплати податків в Україні, згідно з якою «прості громадяни», платежі яких становлять 80% усіх податків у державі, сплачуватимуть їх самі, а не так, як наразі їх сплачують до бюджету підприємства, що виступають «податковими агентами». Як вважають протагоністи цієї ідеї, така модель дозволить уникнути роздування державного бюджету та призведе до пильнішого контролю платників податків за їх витрачанням. Проте, як резюмує автор, культуру плати податків формували на Заході протягом багатьох років, а в Україні ця модель приречена на провал, оскільки добровільно гроші державі віддавати не будуть. Отже, організація збору податків стикнеться зі значними труднощами. Як пише автор статті, в ідеї відмовитися від «податкових агентів» є альтернатива. Він пропонує показувати наочно непрямі податки, друкуючи на чеках ПДВ або акцизи великим шрифтом, підвищити роль податків на землю та нерухоме майно, а також внести до Конституції відповідні норми, за прикладом грузинського Акта економічної свободи, згідно з якими уряд, що допустить перевищення цих норм, автоматично йде у відставку.

Коментарі:

Особа 2: *«Гарна стаття. Та може, окрім просвіти громадян, можна зменшити податкове навантаження?»* У цій репліці, реагуючи на допис, комунікант застосовує тактику спільного пошуку рішень, що реалізує діалогічну стратегію. Проте автор вдається й до непрямой критики висунутих у дописі тез, тонко іронізуючи над ними (*Гарна стаття. Та може...*), чим дає зрозуміти, що важливість їх вважає неочевидною, та натомість пропонує для обговорення

науково-практичну проблему, яку вважає більш нагальною. Оскільки репліка має форму запитання, комунікант цим спонукає автора допису (у конкретному випадку автор лише «перепостив» матеріал, але можна вважати, що він з ним згоден) до погодження з його позицією або до обстоювання своєї (зазначеної в дописі). Крім того, комунікант тут застосовує й тактику критики, що належить до оцінної стратегії, яка є тригером мовної взаємодії. Ці тактики поєднуються з тактикою тонкого позитивного тролінгу (мета якого полягає в припиненні обговорення неважливих проблем), що її можна трактувати і як тактику трикстеріанства, зміст якої полягає в намаганні мовця в ігровій формі звернути увагу на реальні проблеми суспільства та запобігти неконструктивному обговоренню.

Особа 3: **«Може вже тоді взагалі обнулити ставки податку? Чи навіть доплачувати? 18% не така вже обтяжлива ставка. От ЄСВ треба відмінити, як руйнуючий збір»**. Реагуючи на допис, комунікант вдається до сарказму, що є маркером тактики дискредитації позиції опонента, яка належить до некооперативної стратегії (**Може вже тоді взагалі обнулити ставки податку? Чи навіть доплачувати?**). Далі автор вдається до діалогічної стратегії, реалізуючи тактику апеляції до власних спостережень (*18% не така вже обтяжлива ставка*) (комунікант висловлює свою думку-переконання щодо зазначеної в дописі проблеми) та інтродуктивну тактику: вводить проблематику, що не була висвітлена в попередніх виступах, у конкретному випадку – в дописі (*От ЄСВ треба скасувати, як руйнівний збір*). Отже, конструктивна стратегія переважає в цьому коментарі деструктивну, а емоційність є стимулом до суперечки. Манера цього комуніканта (і це підтверджують подальші репліки) дає підстави вважати його конфліктною особою, яка, проте, хоч і вносить збурення, підвищує градус емоційності в дискусії (що загалом лише сприяє її веденню, оскільки примушує опонентів шукати найбільш ефективні й ефектні аргументи). Цей учасник переслідує конструктивні цілі, загалом дотримуючись тактики спільного пошуку рішень, хоч його поведінка свідчить й про намагання

завоювати роль лідера, яким у нашому соціумі підсвідомо вважається найбільш агресивна особа. А така поведінка є виявом стратегії і тактик тролінгу.

Особа 5: *«Особа 1, люди давно психологічно сприймають ЄСВ як податок, тому, думаю, нема в даному випадку сенсу розділяти поняття».* У цьому коментарі автор реалізує тактику апеляції до власних спостережень, досвіду, думок, що її відносять до діалогічної стратегії.

Особа 2: *«Особа 3, ЄСВ було б чудово обнулити. Я за тенденціями не слідкую, але начебто в сторону приватних пенсійних фондів рухаємось. Принаймні, моєму поколінню на державну пенсію можна не чекати 😊».* У коментарі автор дотримується тактики спільного пошуку рішень, яка належить до діалогічної стратегії. Іронічний вислів, що завершує коментар, маркований емотиконом-посмішкою, можна трактувати як допоміжну тактику демонстрації відкритості та доброзичливості, що має сприяти реалізації вже зазначеної тактики спільного пошуку рішень.

Особа 3: *«Особа 2, приватні пенсійні фонди запровадив ще Кучма Л.Д. і тодішня Рада, працюють вони з 2004 року (за профільним законом, а реально ще раніше). Але щодо державної пенсії ви абсолютно праві».* У цьому коментарі автор дотримується тактики спільного пошуку рішень, а також тактики позитивної презентації позиції співрозмовника, що належить до оцінної стратегії.

Особа 2: *«Особа 3, так. Мав на увазі, що ті повністю замінять державні. Побачимо 😊».* Як і в попередньому своєму коментарі, автор вдається до тих самих тактик: тактики спільного пошуку рішень та допоміжної тактики демонстрації відкритості та доброзичливості.

Особа 3: *«Люди з головою вже років 15 у приватних пенсійних фондах, і рухатись їм не треба».* Відповідаючи на коментар Особи 2, автор вдається до свого улюбленого прийому – сарказму, залишається сталим і набір тактик: дискредитація позиції опонента та апеляція до власних спостережень. Але цього разу автор надає своїм словам злого тону, майже прямо ображаючи опонента, вважаючи його людиною нерозумною («людиною без голови»). І якби не майже

непомітний конструктив, цей коментар можна було б кваліфікувати як реалізацію стратегії тролінгу, зокрема тактики товстого тролінгу.

Особа 4: «Сенс? Може, працівники взагалі хочуть займатися своєю справою, а не фіскальними аспектами». Нарешті більш-менш жвава дискусія зав'язалася. Автор коментаря вдається до замішаної на сарказмі тактики критики позиції опонента, що належить до оцінної стратегії, яка межує з деструктивною тактикою дискредитації позиції опонента. Проте деструктивність тут нівелюється до певної міри конструктивними тактиками апеляції до власного досвіду та тактики спільного пошуку рішень.

Особа 3: «Особа 4, тоді податки й надалі будуть сприйматись як відчужені кошти, які хтось **краде**, а бюджетні послуги – як **щось поганеньке, зате тину** безкоштовне». Автор коментаря застосовує тактику апеляції до власних спостережень. Тактика критики позиції опонента, яка має ознаки й тактики дискредитації, що виявляється у вживанні зниженої, навмисно просторічної лексики (**краде**; **щось поганеньке**; **зате тину**), сприяють подальшому розгортанню емоційно забарвленої дискусії, яка, попри певні деструктивні вияви, має загальне конструктивне спрямування.

Особа 4: «Особа 3, нормально вони будуть сприйматися при нормальній організації. А так воно буде сприйматися як примусове збочення. Ну а красти, звісно, теж негарно 😏». Автор застосовує тактику апеляції до власного досвіду та тактику критики, що також має ознаки тактики дискредитації (фраза: «А так воно буде сприйматися як примусове збочення», у якій мовець вживає знижену, жаргонну лексику, загалом не притаманну професійній дискусії, але яка, як ми вже зазначали вище, сприяє її пожвавленню, руйнуванню психологічних бар'єрів між комунікантами та встановленню більш близьких партнерських відносин між ними, звісно ж, за умови, що така інвективна лексика не сприймається опонентом як особиста образа). З метою нівелювання категоричності мовець вдається до незлої іронії, яка додатково маркована «веселим» емотиконом (усміхнене обличчя в чорних окулярах). Застосування саме цього емотикону (який є мемом, що відсилає до образу сильних

особистостей, створеного кінематографом), свідчить про намір комуніканта зберегти домінуючу позицію в діалозі.

Особа 3: *«Так а як же ж нормальну організацію забезпечити, хлопаючи однією долонею, тобто лише «зверху»? Якщо це зовсім не в інтересах конкретних чиновників».* Мовець загалом застосовує тактику спільного пошуку рішення. Образний вислів (*Так а як же ж нормальну організацію забезпечити, хлопаючи однією долонею, тобто лише «зверху»?»),* що його вжито в репліці, реалізує тактику критики й акцентує увагу на безглузді порядку речей, що його обстоює опонент.

Особа 4: *«Особа 3, так воно вже й так є. В платіжках вказується, скільки було сплачено податків. В принципі можна зробити так, щоб громадяни в певних межах могли самі визначати, на що йдуть ці податки. Ну а конфлікти інтересів будуть завжди».* У цій репліці автор застосовує тактику апеляції до власного досвіду, спостережень та думок, а також тактику спільного пошуку рішень (*У принципі можна зробити так, щоб громадяни в певних межах могли самі визначати, на що йдуть ці податки).*

Особа 3: *«Більш важливо не хто вносить, а на кого покладена відповідальність за внесення податкових платежів. Кожен має відповідати за себе: підприємець за своє оподаткування, а громадянин за своє».* Це перший суто конструктивний коментар цього мовця в полілозі. Він застосовує тактику апеляції до власного досвіду та тактику критики позиції опонента.

Особа 4: *«Особа 3, а як в принципі найманий працівник може на це впливати? Для нього відповідна сума встановлена законом, він не може її зменшити, збільшити теж навряд чи є такі механізми 🤔. Так чому подібні відрахування не можуть здійснюватися автоматично? Та й взагалі, думаю, що основна проблема зовсім не в тому, хто технічно буде проводити якісь платежі, а в тому, якими вони мають бути і на якій основі».* Автор коментаря дотримується діалогічної стратегії, що реалізується в тактиці спільного пошуку рішень, і тактики апеляції до власних думок та спостережень, що належить до семантичної (переконувальної) стратегії. Улюблений автором емотикон з

чорними окулярами, що вказує на іронію мовця, який відчуває свою перевагу над опонентом, у цьому випадку вважаємо невмотивованим, оскільки він нічого не додає для розуміння вислову – іронія там зайва. Але в мережі інтернет емотикони виражають не лише настрій або емоцію мовця, а й слугують для пом'якшення вислову, для зауваження, що мовець всупереч жорсткій репліці, дружньо налаштований до опонента та просить вибачення, якщо його слова викликали образу або обурення опонента. Саме таку роль і відіграє зазначений емотикон у цьому коментарі.

Особа 3: *«Впливати на обсяг/ставки податку може виборець. А усвідомленим виборцем може бути тільки відповідальний платник податків. От тому на громадянина і слід покласти відповідальність за сплату податків. Доведено історією. Все інше – камлання жебраків»*. Тут автор коментаря вдається до тактики апеляції до власних думок та спостережень, тактики покликання на авторитет (*Доведено історією*) і деструктивної тактики дискредитації позиції опонента, яку можна кваліфікувати і як тактику товстого тролінгу або трикстеріанства (*Все інше – камлання жебраків*).

Особа 4: *«Особа 3, це абстрактна теорія, щось на зразок того, що наша мета – комунізм. Історією доведено якраз навпаки – що виборець може впливати лише на косметичний вибір посередників між грошовими мішками та середнім класом та іншими громадянами. Та й то ...»*. Комунікант застосовує тактику критики позиції опонента, що межує з тактикою дискредитації, близькою до тонкого тролінгу (*Це абстрактна теорія, щось на зразок того, що наша мета – комунізм*). Крім того, комунікант застосовує й тактику апеляції до власного досвіду, думок та тактики посилення на авторитет (*Історією доведено якраз навпаки – що виборець може впливати лише на косметичний вибір посередників між грошовими мішками та середнім класом та іншими громадянами*). Останнє речення коментаря (*Та й то ...*) можна трактувати як остаточне, але пом'якшене заперечення думки опонента та, наскільки це можливо, делікатну відмову від подальшої дискусії з цього питання. Отже,

мовець застосовує тут тактику деінтенсифікації критики, що має послабити удар від застосування тактики дискредитації.

Особа 3: *«Який виборець такий і його вибір. У таргана вибір ховатися, у жебрака скаржитися. Інститути самі не ростуть, вони не Лобода. Інститути треба творити людям. Але скаржники на оточення цього не вміють»*. Атестацію цього комуніканта як конфліктної мовної особистості підтверджує текст коментаря, у якому аргументація поступається місцем майже неприхованій агресії. Комунікант застосовує цинічні та глузливі вислови, багаті на образливу лексику (*таргани, жебраки, лобода*), яка недоречна в науково-практичній дискусії (*Який виборець такий і його вибір. У таргана вибір ховатися, у жебрака скаржитися. Інститути самі не ростуть, вони не Лобода... Але скаржники на оточення цього не вміють*). Тут застосована деструктивна тактика товстого тролінгу. Тому цей коментар можна було б вважати деструктивним, якби в ньому не було конструктивної частини (*Інститути треба творити людям*), яка дає змогу зрозуміти, що мовцю болить обговорюване питання, а отже він налаштований на спільний пошук істини.

Особа 4: *«Особа 3, творення інститутів дуже залежить від державної політики. Виборці в своїй основі схожі. А інститути різні»*. У цьому коментарі мовець обрав тактику апеляції до власних суджень, думок з метою переконати опонента в своїй правоті. Проте успіху він не досягає.

Особа 1: *«Це державна політика залежить від інститутів. А останні від усвідомлення виборців»*. Тепер ту саму тактику – апеляції до власних думок, переконань – у відповідь застосовує і цей мовець. Але мети – переконати співрозмовника – не досягає й він.

Особа 4: *«Особа 1, так, воно взаємопов'язано. Хоча з тим, що обговорюється, воно ніяк не пов'язано»*. Комунікант вдається до тактики позитивної презентації позиції опонента (*Так, воно взаємопов'язано*), але цей вислів є своєрідним «троянським конем», оскільки, начебто приставши на позицію опонента, комунікант одразу ж завдає нищівного удару, вдаючись

навіть не до тактики критики, а до деструктивної тактики дискредитації (*Хоча з тим, що обговорюється, воно ніяк не пов'язано*).

Особа 1: *«У взаємопов'язаності важливо бачити причинно-наслідковий зв'язок. І тут обговорюється спосіб формування відповідальності громадянина – першопричину усіх соціальних та економічних зрушень»*. Цей мовець застосовує тактику апеляції до власних думок та досвіду в поєднанні з уточнювальною тактикою.

Особа 4: *«Особа 1, так проблема в тому, що спосіб, який пропонується, є дуже сумнівним і, схоже на те, що спрямований на значно більш прагматичні цілі»*. Комунікант обирає тактику критики, яка переходить у деструктивну тактику дискредитації: мовець критикуючи позицію опонента, непрямо звинувачує його в обстоюванні чиїхось корисливих інтересів (*і, схоже на те, що спрямований на значно більш прагматичні цілі*)

Особа 1: *«Сумнівні самі сумніви»*. У відповідь мовець вдається до тролінгу (до тактики тонкого тролінгу). Комунікант відверто глузує над опонентом.

Особа 6: *«Особа 4, якщо ці фіскальні аспекти будуть робитися в електронному вигляді за кілька хвилин на місяць, то з цим можна змиритись. А сенс у тому, що кожен з платників податку захоче проконтролювати хід своїх внесків і не змириться з їх розкраданням або нецільовим використанням. Адже це не якісь там ефемерні нічийні кошти, а кошти конкретного платника податку»*. Цей коментар репрезентує тактику апеляції до власних знань.

Особа 4: *«Особа 6, та ну не бачу я в цьому сенсу. Ну буде воно переводитися на якийсь спеціальний рахунок. А далі як контролювати? А от дати можливість платникам у певних межах впливати на використання – це інша справа»*. Комунікант вдається до кількох тактик: критики (*Та ну не бачу я в цьому сенсу. Ну буде воно переводитися на якийсь спеціальний рахунок. А далі як контролювати?*), апеляції до власних думок і спостережень та інтродуктивної тактики, тому що пропонує до обговорення новий аспект проблеми (*А от дати можливість платникам у певних межах впливати на використання – це інша справа*). При цьому питальне речення, яке можна віднести до риторичних

прийомів або до складових критичного зауваження, можна трактувати і як запрошення до спільного пошуку розв'язання проблеми.

Особа 7: *«Ідея стара і безумовно правильна. Безумовно – бо дозволяє надати робітнику інфу щодо реальної вартості його робочої сили. Модель застосовується в Швейцарії зокрема. І тому в Україні приречена на неможливість застосування – ніхто на рівні центрального управління не зацікавлений у тому, щоб робітники навчились азам економіки»*. Новий учасник дискусії піддає критичному аналізу сам допис та полемізує з його автором. Він вдається до тактик позитивної презентації позиції опонента, яку поєднує з тактикою апеляції до власних думок та спостережень (*Ідея стара і безумовно правильна. Безумовно – бо дозволяє надати робітнику інфу щодо реальної вартості його робочої сили*), далі він застосовує ілюструвальну тактику (*Модель застосовується в Швейцарії зокрема*). Останнє речення в коментарі реалізує дві тактики: компаративну (для порівняння умов запровадження моделі в Україні та умов, які існують у Швейцарії, що забезпечують її ефективність) та апеляції до власного досвіду та думок – не наводячи більш ніяких доказів, він нав'язує опонентові свої висновки (*І тому в Україні приречена на неможливість застосування - ніхто на рівні центрального управління не зацікавлений в тому, щоб робітники навчились азам економіки*).

Особа 1: *«Поки нас турбуватиме, в чому зацікавлене центральне управління, доти ми житимемо у відповідності з їх зацікавленостями»*. Мовець вдається до тактики трикстеріанства (як видно з його попередніх реплік, він налаштований конструктивно): за допомогою сарказму намагається очистити дискусію від тупикових на його погляд напрямків обговорення.

Аналіз наведеної дискусії показує, що жоден з мовців не зміг переконати опонентів у правоті своїх поглядів на проблему формування оптимальної моделі оподаткування громадян. Крім того, учасники дискусії не знайшли спільного рішення, що було б певним компромісом. Однак, цей діалог можна віднести до конструктивних, оскільки, незважаючи на емоційне напруження, опоненти дотримувалися діалогічної та прагматичної стратегій, не переходили на

особистості, а елементи тролінгу та трикстеріанства, що їх вони застосовували в полеміці, слугували лише засобами пожвавлення спілкування.

Допис 2: Особа 1 оприлюднила допис: *«Шановні колеги та юристи. Мене таки хвилюють два запитання щодо реструктуризації по прийнятому закону 1381:*

1) Чи відіграє свою роль досудова вимога, після отримання якої відсотки не нараховуються? По закону слід платити відсотки до дня реструктуризації. А як же вимога?

2) Чи має право фінансова компанія, яка викупила право вимоги по кредиту, нараховувати відсотки?»

Коментарі:

Особа 2: *«Судячи з усього, не має. ((Банки нараховують до дати реєстр. Бо саме так зазначено в законі. Є випадки, коли нарахування відповідає даті вимоги, але я думаю, що в таких випадках банк влаштувала така сума».* Автор коментаря вдається до тактики апеляції до власного досвіду, думок (Судячи з усього, не має. ((). Категоричність висловлення пом'якшується «сумним» емотиконом, переданим двома відкривальними дужками (це сталий, пізнаваний усіма користувачами соціальних мереж знак). Далі автор вдається до тактики посилення на авторитет (Банки нараховують до дати реєстр. Бо саме так зазначено в законі.). Завершує мовець свій коментар реченням, у якому знову реалізовано тактику апеляції до власних думок та досвіду (Є випадки, коли нарахування відповідає даті вимоги, але я думаю, що в таких випадках банк влаштувала така сума).

Особа 3: *«Банк скористався наданим правом у відповідності до положень частини другої статті 1050 ЦК України 12 березня 2010 року звернулося до Позичальника з вимогою щодо дострокового повернення кредиту та тим самим змінив термін повернення кредиту з 20 лютого 2028 року на 27 квітня 2010 року.*

Право кредитодавця нараховувати передбачені договором проценти за кредитом припиняється після спливу визначеного договором строку кредитування чи в разі пред`явлення до позичальника вимоги згідно з частиною

другою статті 1050 ЦК України». Комуникант вдається до тактики покликання на авторитет, а саме на положення чинного Цивільного кодексу України. Жодних інших тактик він не застосовує.

Особа 2: «Особа 3, це звісно так, у розрізі стягнення боргу за кредитним договором, так би мовити в стандартних умовах. Статті описують процедуру нарахування відсотків, тощо. Тільки яке це значення має до закону, в якому вписано алгоритм та процедуру розрахунку реструктуризації кредитної заборгованості? Ні, я тільки за те, щоб тим, у кого була вимога – рахували до вимоги, сам такий)) але ж у законі вписано саме так. Тоді слід було прямо зазначити про вимогу :((». Спочатку автор коментаря вдається до тактики позитивної презентації позиції опонента, погоджуючись із нею (*це звісно так, у розрізі стягнення боргу за кредитним договором, так би мовити в стандартних умовах. Статті описують процедуру нарахування відсотків, тощо*). Та одразу мовець вдається до тактики критики, що до певної міри наближається до тактики дискредитації, повністю відкидаючи думку опонента, а точніше, навіть не його, оскільки він лише навів положення закону, а безглуздох законодавців (*Тільки яке це значення має до закону, в якому вписано алгоритм та процедуру розрахунку реструктуризації кредитної заборгованості?*). Але межу між конструктивною та деструктивною поведінкою мовець намагається не переходити, для чого знову вдається до тактики позитивної презентації поглядів опонента, погоджуючись з його словами, до того ж додає «веселий» емотикон, який у цьому випадку треба розуміти як відкриту дружню посмішку. Однак наполягає на своїй думці (*Ні, я тільки за те, щоб тим, у кого була вимога – рахували до вимоги, сам такий)) але ж у законі вписано саме так*). Насамкінець, комуникант застосовує тактику критики (критикує законотворців), що поєднана в одному реченні із інтродуктивною тактикою – він вносить пропозицію (*Тоді слід було прямо зазначити про вимогу ((*). «Сумний» емотикон, поставлений у кінці речення свідчить про високий ступінь обурення мовця нормами закону.

Особа 3: «Особа 2, один закон не відміняє дію іншого закону який діяв раніше. Ніхто і нічим не відминив положення частини другої статті 1050 ЦК України». Комунікант вживає тактику апеляції до власного досвіду та знань.

Особа 3: «Якщо б відміняв то точно про це б у законі про реєстр було б вказано». У відповідь цей автор дотримується тієї самої тактики, що й його опонент, – тактики апеляції до власного досвіду та знань.

Особа 2: «Особа 3, в положенні 1050 мова йде про реструктуризацію боргу для окремо взятих кредитів (валютних) під окрему мету (іпотечні) чи про загальні норми в розрізі судового стягнення ??» У формі питання автор піддає критиці позицію опонента, причому подвоєння знаку питання свідчить про високий ступінь здивування від того, що співрозмовник не розуміє очевидного на його погляд.

Особа 3: «Особа 2, в положенні 1050 мова йде про право кредитора на дострокове позасудове повернення кредиту та наслідки для кредитора після направлення вимоги не залежно хто кредитор і в якій валюті надано кредит». Відповідаючи опонентові, автор коментаря вживає єдину тактику посилення на авторитет, тим самим прикриваючись ним, очевидно, не будучи впевненим у своїх евристичних здібностях.

Особа 2: «Особа 3, ну от. а закон про реєстр описує що, скільки і до якого моменту розрахувати під час реструктуризації. а не під час розрахунку боргу за позовом у суд. ((на жаль, у законі треба було чітко зазначити граничний термін нарахування, якщо була вимога, а так, його вказали на день проведення реструктуризації ((і це забрали заборону стягнення іпотеки протягом 3х років, обмеживши 60 днями ((це жесть (((». Комунікант іронізує, використовуючи жаргонні слова (фрази: ну от., це жесть, застосовує емотикони, у яких немає потреби), відчуваючи свою перевагу, що, напевно, стримує його від подальшого тролінгу, оскільки його мета – знаходження рішення, а оскільки він впевнений у своїй правоті, – й переконання в цьому опонента. Комунікант також вдається й до тактики посилення на авторитет, наводячи положення закону, та до інтродуктивної тактики, пропонуючи нагальні зміни до цього закону.

Особа 3: «Нараховувати відсотки по валютному кредиту може лише той, у кого є ліцензія на операції з валютою . Якщо до дня реструктуризації Банк (або ТОВ 🌍) мав таку ліцензію то звичайно він чи воно мав право нараховувати % лише до закінчення пільгового строку вказаного у вимозі про повернення в ПОВНОМУ обсязі (не лише прострочену суму усіх місячних частин та прострочених % а повний расчет). Або якщо не було такої вимоги або вимога (лише на частину = прострочку) то до дати реструктуризації». Відповідаючи опонентіві, автор коментаря намагається вжити тактику апеляції до власного досвіду, навіть вдається до іронії, чим намагається відбити атаку опонента та перейти в наступ (Якщо до дня реструктуризації Банк (або ТОВ 🌍) мав таку ліцензію то звичайно він чи воно мав право...). Проте йому це не дуже вдається й він повертається до випробуваної «рятівної» тактики покликання на авторитет.

Особа 2: «От ще помітив цікаве, щось я обіцяної заборони на стягнення предмету іпотеки протягом 3-х років після реструктуризації не бачу в законі. може не уважно дивлюся. В пояснювальній записці про це мова йде.)) в законі що, прибрали?» Комуникант вдається до інтродуктивної тактики, вносячи до розгляду новий аспект питання, але робить це іронічно. Оскільки комуникант уже впевнений у своїй перемозі, він переходить до тактики тонкого тролінгу, сутність якої, окрім бажання розважитися, глузуючи з опонента, – усунути опонента від діалогу та стримати його від некваліфікованого дискутування в майбутньому.

Особа 4: «На жаль, надавши заяву на реструктуризацію ви добровільно дали згоду, тому банк буде робити нарахування процентів відповідно до закону реструктуризації. Отже, знову до суду...».

Особа 1: «Особа 4, питання в тому, чи є перспектива в суді? Маю сумнів. В кращому випадку шанс 50/50». В обох цих коментарях автори обирають діалогічну стратегію, а саме тактику апеляції до власного досвіду та думок. Питання в другій репліці звернене не до опонента, а до себе, тобто є риторичним й слугує лаконічним та виразним засобом утвердження власної думки мовця.

Особа 5: *«Цікаве питання, але звідки можуть братися відсотки (суттєва частина угоди, дія якої припинена) чи штрафи (які не мають публічної узгодженої тарифікації), а НБУ уникає регуляції?»* Застосована тактика апеляції до власного досвіду, думок, спостережень. Цю саму тактику застосовує й автор наступного коментаря.

Особа 6: *«Фінкомпанія зобов'язана як кредитор провести реструктуризацію (якщо це питання стосується реструктуризації) та визначити розмір заборгованості керуючись вимогою ЗУ про споживче кредитування. Якщо ваш кредит не підлягає реструктуризації то треба вивчати матеріали і дивитися що відбулось з того, що можна буде застосувати як початок зупинення нарахування %».*

Особа 1: *«Особа 6, вже реструктуризували. Мене цікавить, чи не можна ще поторгуватися?»* Відповідаючи на коментар, мовець – автор допису – застосовує інтродуктивну тактику (відповідає на питання та ставить питання), але наступна фраза (*Мене цікавить, чи не можна ще поторгуватися?*), що має знижений, просторічний, вульгарний характер, що не притаманний діловому мовленню, дає підстави висновувати, що мовець вдається тут до тактики тонкого тролінгу. Тому не досить ясно, чи він намагається знайти істину, чи то просто розважитися (хоч, звичайно, обидва наміри можуть поєднуватися).

Особа 6: *«Особа 1, подавайте ПОЗОВНУ ЗАЯВУ про захист прав споживача, уточнення (зменшення) загального розміру заборгованості за Кредитним договором змінений після реструктуризації зобов'язань позичальника за Кредитним договором, наданий у іноземній валюті».* У цій репліці автор на основі свого професійного досвіду та розуміння ситуації надає експертну пораду, вдаючись до тактики апеляції до власного досвіду. Написані великими літерами два слова в коментарі (*ПОЗОВНУ ЗАЯВУ*) мають на меті привернути увагу того, кому вона адресована, тобто автора допису, та зробити акцент саме на цій дії, що її, на думку мовця, має здійснити автор допису. Можна трактувати ці слова і як голосний емоційний вигук.

Допис 3. Особа 1 опублікувала допис: *«Добрий день колеги. На даний час працюю головними бухгалтером у ліцеї, сам без підлеглих. Сьогодні прийшов лист від управління освіти про те, що з 1 грудня вони просять мого директора внести до штатного розпису зміни і посаду головного бухгалтера змінити на посаду просто бухгалтера. Ну звичайно тут згідно КЗпП потрібно мене попереджати про зміну істотних умов праці, з чим я точно не згоден. Питання в тому чи може бухгалтер а не головний бухгалтер подавати ту ж податкову та іншу звітність, відкривати рахунки та ін? І ще, як би ви мені порадили б поступити в даній ситуації, адже з новими умовами я не згоден тому, що зменшиться ЗП».*

Коментарі:

Особа 2: *«Тут не тільки істотні умови праці, але і рівень заробітної плати знизиться. Бухгалтер не має права підписувати податкову звітність. Ви будете робити звітність і відправляти за підписом тільки директора.*

Якщо будете працювати за сумісництвом і без права підпису звітності, при умові збереження рівня з/п, то продовжуйте працювати. Звільняйте головного бухгалтера, зміни в штатному, приймає на посаду бухгалтера. Не забувайте, що Ви втрачаєте кваліфікацію по документам». Запитання автора допису є суто професійним – законність пониження його на посаді з головного бухгалтера до звичайного бухгалтера ліцею згідно з приписом управління освіти та можливі наслідки цієї зміни для нього як працівника. Питання він ставить на бухгалтерському форумі й воно викликає професійний інтерес. Полеміка, що розгортається з його приводу, носить також професійний характер та є конструктивною за своєю суттю, оскільки має на меті вирішення нагального питання. Особа 2 в коментарі вдається до тактики апеляції до власного досвіду та спостережень. При цьому вона застосовує безособові речення та імперативи, чим намагається посилити авторитетність для опонента власних думок.

Особа 3: *«Особа 2, що самі цікаве, зміни «покращення» приводять до зменшення зп. Така ціль».* Комунікант вдається до сарказму, який засвідчує тактику критики. Саркастичність репліки реалізована за допомогою гіперболи

(«що самі цікаве» - написано з орфографічною помилкою), взятого в лапки слова «покращення», унаслідок чого позитивність організаційної зміни піддана сумніву. Фраза ж «Така ціль» у поєднанні з зазначеними мовними та риторичними засобами – звинувачує «реформаторів» у намаганні знизити й без того низьку заробітну плату працівників сфери освіти.

Особа 2: *«Особа 3, давайте не будемо забувати про те, що ліцей має благодійні внески батьків. У випадку, який описує автор, так – зниження бюджетного навантаження на заробітну плату.*

Перевести головного бухгалтера на посаду рядового бухгалтера неможливо. Це проводиться через зміну штатного розпису: виключення посади головного і включення рядового бухгалтера. Проводиться процедура через звільнення .

Але, в трудовій посада рядового бухгалтера і на посаду головного але не візьмуть у подальшому (втрата кваліфікації)». Автор, як і в попередньому своєму коментарі, наводить професійне судження, застосовуючи тактику апеляції до власних знань, спостережень та досвіду, вживаючи імперативи та безособові речення.

Особа 1: *«Особа 2, то це мене спочатку повинні звільнити? А потім прийняти на рядового??) Ніяких внесків батьків у нас немає, може бути тільки щось подаровано яке ми оприбутковуємо». Комунікант іронізує, в жартівливій формі виражаючи свою незгоду з позицією попереднього коментатора-опонента, застосовуючи при цьому тактику критики позиції опонента. Посиленню емоційності репліки слугують риторичні питання, два знаки питання, а також емотикон, що передає посмішку, а разом високий ступінь іронічного незадоволення. Загалом цю частину коментаря можна віднести до тактики трикстеріанства. Останнє ж речення має діалогічний характер та реалізує інтродуктивну тактику.*

Особа 2: *«Особа 1, Ви ж головний бухгалтер ліцею і повинні розбиратися в таких питаннях. Звісно звільнити ...або скоротити». Підлаштовуючись під іронічну манеру автора допису, Особа 2 також вдається до сарказму, проте й*

виносить професійне судження, отже поєднує деструктивну тактику тонкого тролінгу з конструктивною тактикою апеляції до власних знань.

Особа 4: «Головний – це той, хто відповідає за баланс і фінзвітність, відповідає за весь облік у цілому. Рядовий бухгалтер такої відповідальності не несе. Головний – то не над ким, а про повноваження, відповідальність і, насамперед, кваліфікацію».

Полеміка набуває суто професійного характеру, комуніканти діляться власними думками, застосовуючи тактику апеляції до власних спостережень, знань та досвіду та тактику критики позиції опонента, а також тактику посилення на авторитет, інтеррогативну тактику (якої дотримується автор допису, що ставить питання експертам), інтродуктивну тактику (експерти у своїх коментарях пропонують новий кут погляду на проблему, тим самим сприяючи її всебічному розгляду. Жоден з мовців не вдається до сарказму або яскраво забарвленої лексики. Безособові речення підкреслюють нейтральність та конструктивність бесіди, спрямованої на спільний пошук оптимальних шляхів розв'язання проблеми.

Отже, конструктивні стратегії і тактики ведення дискусії в інтернеті є потужними засобами колективного пошуку істини, що ведеться в межах норм та правил, напрацьованих протягом століть. Полеміка в мережі майже нічим не відрізняється від публічних диспутів. Змінився лише тип мовлення: усне або писемне (що велося й ведеться зараз на сторінках наукових та науково-практичних видань) замінено так званим усно-писемним. Нестача невербальних знаків: жестів, міміки, інтонації поповнюється спеціальними графічними знаками – емотиконами, розділовими знаками, що вжиті всупереч граматичних правил, словами, що написані великими літерами (у такий спосіб передають підвищення голосу), різними малюнками, фотографіями та фільмами. Важливе значення мають меми: вони передають не лише певне складне поняття, а й інтонацію. Хоча, як видно з проаналізованих полілогів, ці графічні засоби в науковій або науково-практичній інтернет-полеміці не відіграють особливої

ролі, оскільки конструктивна полеміка не потребує емотивного увиразнення, а отже, застосування цих засобів здебільшого перевантажує текст.

2.3. Конфронтаційні види полеміки

Конфронтаційні види полеміки в інтернеті мають на меті руйнування дискусії, заведення її в глухий кут, перехід мовців від обговорення проблем до особистих образ або зводиться до обміну дотепними жартами, саркастичними зауваженнями, епатажними витівками, глузування.

Мовна агресія – це особливий різновид деструктивної поведінки людини, її мета полягає в заподіянні психологічної шкоди окремій особистості чи групі людей у процесі мовної комунікації. Виявляючи мовну агресію, суб'єкт (адресант) демонструє негативне ставлення до когось чи чогось (до співрозмовника чи сторонньої людини/людей, до предметів матеріального світу, до соціальних явищ тощо), різку опозицію щодо чийхось думок або міркувань, бажання домінувати над іншими учасниками комунікативного акту та нав'язувати їм свою думку.

Наведемо кілька прикладів конфронтаційних полемік.

Допис 1. Особа 1: *«Питання швидкого економічного зростання – №1 для України. І це не гіпербола. Розмір економіки визначає ємність ринків, прибутки бізнесу, зарплати людей. А ще якість освіти, медицини, обороноздатність. І «вагу» країни на міжнародній арені теж.*

З членами CEO Club Ukraine та поважними експертами обговоримо на Kyiv International Economic Forum, як швидко збільшити нашу економіку. Деталі тут – <https://bit.ly/3nEzhf0>». Автор допису анонсує цікавий економічний захід, проте, як видно з подальших коментарів, наражається на нерозуміння та недовіру. Конструктив поступається місцем конфронтації. Розпалюється флейм – емоційна суперечка заради суперечки.

Коментарі:

Особа 2: *«Коли я дивлюся такі заголовки і такі «світлі лики». мені миттєво хочеться сховати мій гаманець. Втім чого його ховати – за 30 років колоніального володіння Кремля Україною там вже нічого не залишилося. Тим більше, що з 2 грудня 2014 року (появи уряду Яценюка-Яресько) до москвичів додалося і колоніальне володіння Україною Ротшильдами. В підсумку зруйновано все: промисловість, економіка, соціалка, медицина, освіта, право як поняття. То що ще ви збираєтеся знищити? Тим більше що Ротшильди та людиноненависницький Римський клуб Рокфеллерів вже не вважають за потрібне і якимось ховатися. Як бачимо – нищать Україну вже в відкриту...»*

Перший же коментар негативний. Мовець заперечує право автора допису та тих структур, які він представляє та які є організаторами анонсованого заходу, навіть на публічне висловлення своїх думок щодо подальшого розвитку України, убачаючи в них лише компрадорів та представників колоніальної адміністрації, мета яких – не процвітання, а руйнування держави. Таким чином автор вдається до деструктивної тактики дискредитації позиції опонента, що поєднується з тактикою переходу на особистості (*То що ще ви збираєтеся знищити?*). Комунікант застосовує тактику тонкого тролінгу або трикстеріанства, що має на меті очищення комунікативної сфери та галузі державного управління від зайвих та шкідливих ідей та людей. Різко негативний коментар, як, і очікував цей комунікант, розпалює флейм.

Особа 3: *«Особа 2, таварісчі, ви забули про рептилоїдів».* Мовець дотримується тактики тонкого тролігу. Глузування над опонентом передано за допомогою слів-мемів: *«Таварісчі»*, що відсилає до анекдотів про Леніна, та *«забули про рептилоїдів»* – евфемізму на позначення недолугих людей.

Особа 2: *«Особа 3, це сьогодні, мабуть, останній та єдиний аргумент соросят – рептилоїди, бо більше крити нічим... Після гучного рикун з трьох посольств міжнародної фармацевтичної мафії... В березні 2019 р. глава Нафтогазу Коболев настільки дістав своїм ЗНУЩАННЯМ прем'єра Гройсмана, що той збирався не перепризначити його на нові 5 років... Наступного дня в Києві висадився заст. держсекретаря США Девід Гейл і*

«вопрос был решен» – Коболев продовжив грабувати Україну до кінця квітня 2021 р. 5. 29.04.2021 р. вже Зеленський попер Коболева з посади... Після чого один із органів посольства США в Україні під назвою НАЗК (який щедро фінансується з Держбюджету України) – ще з місяць морочило голову і судилося з урядом України (Кабміном) з приводу того, що новий глава Нафтогазу «не відповідає, бач, критеріям». 6. По ще одном активу – типО «державному» ПриватБанку під тиском МВФ ухвалено спеціальний «акнтиколомойський закон»...»

Комунікант є типовою конфліктною особою. Весь негатив, що його переповнює, він намагається вилити на опонентів у багатослівних репліках. Будучи, очевидно, представником експертних або наукових кіл (про це свідчить його володіння навичками ведення аргументованої дискусії), він не веде конструктивного діалогу, а вдається до тактик дискредитації та тонкого тролінгу, а також і здебільшого – до стратегії флеймінгу – деструктивної суперечки заради суперечки. Для реалізації обраних тактик він вживає жаргонізми, інвективи, просторічні слова та вислови, а також російськомовну лексику: меми, які мають негативне забарвлення (загалом вживані в кримінальних та близьких до них колах, вони набули широкого вжитку в Україні в дев'яності роки минулого століття), що увиразнюють його іронію (*соросята; рептилоїди; бо більше крити нічим; гучний рик з трьох посольств міжнародної фармацевтичної мафії; настільки дістав своїм ЗНУЩАННЯМ; у Києві висадився заст. держсекретаря США; «вопрос был решен»; Коболев продовжив грабувати Україну; Зеленський попер Коболева з посади; морочило голову; не відповідає, бач, критеріям; типО «державному»*). Крім того, мовець вдається до повчання опонента, що є маркером тролінгової стратегії.

Особа 4: *«Особа 2, правління Янека не аналізую. Чому Порох сдав національні ІНТЕРЕСИ, запровадив завнішнє управління іноземцям держмонополіями??? ЗЕ «гідний» учень, даже більше, зрадив у період війни операцію – вагнерівці, грабунок Країни продовжується Чому українцям подобаються запроданці, зрадники??? Закон про колаборантів звісно не прийме*

ВР. Що робить з Арахаміями, Милованов, соросятами і т.д.????» Комунікант наслідує мовну поведінку опонента: викривальну манеру та тактики «тонкого» тролінгу (що тяжіє все ж до «товстого») та флеймінгу, вдаючись до іронії або сарказму, маскуючи їх під конструктивні тактики діалогічної стратегії.

Особа 5: «Особа 2, усі держави, без винятку, антинародні. Джерело усіх негараздів це держава. Держава це інструмент поневолення нації. Більшість цього не розуміють». Цікава репліка, але бездоказова. Тому автор, хоч і вдає, що дотримується тактики апеляції до власних спостережень та думок і тактики інтродукції, насправді реалізує стратегію флеймінгу та «грає на руку» опонентів.

Особа 2: «Особа 5, усі 30 років т.зв. української «незалежності» ми зіткнулися з майже небаченим у світі феноменом: українці отримали не лише антинародну державу..., не лише антиукраїнську державу – це в нас звично – з часів Козаччини, включаючи Добу визвольних змагань 1918-1920 років у нас тут завжди була АНТИУКРАЇНСЬКА держава. Але 1-8 грудня 1991 року ми отримали ще й АНТИДЕРЖАВНУ державу. Зараз її антидержавність сягнула апогею – нищать навіть підвалини вже навіть не держави, а українського суспільства. Причина проста: з 1-8 грудня 1991 року ми мали тут Російську колоніальну адміністрацію в Україні. З 2 грудня 2014 року (уряду Яценюка-Яресько) ми отримали і Російську колоніальну адміністрацію в Україні (вона нікуди не поділася) і Ротшильдівську колоніальну адміністрацію в Україні...»

Мовець продовжує дотримуватися тактик тонкого тролінгу та флеймінгу. Його не цікавлять судження опонентів, їх він використовує лише як дорожні знаки, що вказують напрямом для еволюції його думок. Комунікант намагається втримати домінантне положення в цій суперечці.

Особа 2: «Особа 4, от бачите – ми з Вами вже не одинокі в своїх поглядах, і це велика справа. У вересні 2017-го я вперше дуже боязко заїкнувся про те, що «наші західні партнери» – і не партнери нам зовсім. а т.зв. Нормандська четвірка - то класична антиукраїнська коаліція в складі Путіна, Меркель, Олланда та Порошенка.

Зчинився такий гвалт, що на мене почали плюватися разом міські божевільні, професійні українці та знані інтелектуали. Минуло чотири роки і зараз тема вже на слуху багатьох людей. І Зеленського з Порошенком рятує лише Путін (Медведчук), який своїми каналами почав розробляти тему «зовнішнього управління». І тепер у всієї переліченої мною компанії (міські божевільні і Ко) з'явився залізний аргумент: «А, та ти говориш «наративами російської пропаганди», в тебе Медведчук – «путеводная звезда» тощо. Через те треба спокійно і вперто перти свого плуга: вода камінь точить, а такі іконостаси як у пості, який ми з Вами коментуємо, навіть не дуже обізнаним людям дозволяє зрозуміти «ху єсть ху» і що ті «ху» роблять з Україною...»

Автор коментаря, незважаючи на імітацію конструктивного діалогу (тактика позитивної презентації позиції опонента: «От бачите – ми з Вами вже не одинокі в своїх поглядах, і це велика справа» та тактики апеляції до власних спостережень та думок), чітко дотримується тактики тонкого тролінгу, що вже переріс у флеймінг. Суцільне войовниче заперечення думок опонентів та здебільшого негативне сприйняття ладу в країні, ядучий сарказм (експресивно забарвлені фрази, насичені просторічною лексикою: *боязко заїкнувся; зчинився такий гвалт, що на мене почали плюватися разом міські божевільні, професійні українці та знані інтелектуали*), а також застосування мемів (*Медведчук – «путеводная звезда» – недоречне відсилання до Євангелія церковнослов'янською мовою, або іронія щодо намагання деяких людей в усьому бачити «руку Кремля»; зрозуміти «ху єсть ху» і що ті «ху» роблять з Україною... – цей мем пов'язують із Горбачовим, не надто популярним у народі політичним діячем, а тому він має негативне забарвлення. А навмисно підкреслене автором слово «ху» лише посилює відчуття негативу*).

Особа 6: *«Ніхто, особливо економісти, не розуміють, що відбувається зі світовою економікою. Причина такої сліпоти серед експертів – це проста відсутність інтелектуального кругозору 🤪 який економісти розгубили за останні півстоліття. Їх не вчать використанню інтелектуальних інструментів, які дозволяють побачити цілісну картину. Жодна інша сфера*

людських знань не відрізала себе так сильно від інших наук, зокрема, від соціальних, як економіка... Економісти – це «вчені ідіоти» (*idiots savants*) нашого часу. 😊».

Автор вдається до критики опонентів, дотримуючись тактики дискредитації, яка має риси й тонкого суб'єктно-орієнтованого тролінгу. Незважаючи на те, що коментар витриманий загалом у науковому стилі, реалізує до певної міри конструктивну тактику апеляції до власних думок, однак відмова апріорі визнати за сучасними економістами навіть права виносити судження щодо економічних проблем, наявність звинувачень опонентів – економістів загалом – у недолугості, вживання інвективи (*Економісти – це «вчені ідіоти» (idiots savants) нашого часу*), а також застосування емотиконів, які контекстуально сприймаються як глузування, і той факт, що зроблений цей коментар у розпал флейму, дає підстави висновувати, що автор загалом обрав конфронтаційну стратегію полеміки. Зверхній повчальний тон мовця в живій проблемно-орієнтованій суперечці є недоречним і не сприяє пошуку істини. Мета автора – самоствердитися за рахунок приниження опонентів.

Особа 7: «*Особа 6, бла бла бла*». Ця фраза, що прийшла в українську мову з англійської та яка пародіює нерозбірливу та незрозумілу монотонну мову оратора, передає зневажливе відношення комуніканта до об'єкта та суб'єкта мовлення. Отже, комунікант застосовує деструктивну тактику дискредитації позиції опонента та тактику переходу на особистості тролінгової стратегії.

Особа 8: «*Нас ніхто не чекає! Яка Європа? Тільки самім треба виживати! Для цього треба чесність, порядність, працьовитість!!!*»

Особа 9: «*Гарно нам на вуха лапшу розвішують та піарять самих себе. Вони усі такі розумні, нехай зберуться на конференції та вистелять вимоги до влади, а нам то що з їх розумних речей. Як півні сидять по студіях та вихваляються.*»

Особа 10: «*Чим більше турбуються на обіцянках про покращення для простих українців, тим гірше і бідніше стає життя простих українців, але стає краще життя тих що обіцяють*».

Особа 11: *«Ніхто і не суперечить! Лише одне питання: КОЛИ????! Коли ви вже від слів, обіцянок і лапші перейдете до справи? 🤔»*

Зазначені вище чотири короткі дописи свідчать про те, що флеймінг посилюється. Мовними засобами реалізації цього є експресивно забарвлені фрази (*Нас ніхто не чекає! Яка Європа?; Гарно нам на вуха лапшу розвішують та піарять самих себе.; Як півні сидять по студіях та вихваляються; Ніхто і не суперечить! Лише одне питання: КОЛИ????!*), саркастичні зауваження (*Тільки самім треба виживати! Для цього треба чесність, порядність, працьовитість!!!* – речення, яке в непрямій формі звинувачує тих, хто готує і приймає рішення в державі, у відсутності цих чеснот, що становлять основу менталітету українського народу, а тому не потребують зайвого ствердження про необхідність дотримання них для представників влади та експертного співтовариства. Отже, це тролінг: *Гарно нам на вуха лапшу розвішують та піарять самих себе. Вони усі такі розумні, нехай зберуться на конференції та вистелять вимоги до влади, а нам то що з їх розумних речей; Чим більше турбуються на обіцянках про покращення для простих українців, тим гірше і бідніше стає життя простих українців, але стає краще життя тих що обіцяють; Коли ви вже від слів, обіцянок і лапші перейдете до справи?*).

Особа 12: *«„Зарплати людей,,кого цікавлять,,клоуни,,»»*

Особа 13: *«Невігласи і піарщики.., хто був ніким, ніким і залишиться...»*

Особа 14: *«Гляньте на ці дебільні обличчя, - цим усе сказано».*

Особа 15: *«При теперішній владі зростання буде лиш у спаді економіки та рівня життя. Гніль при владі».*

Особа 20: *«Це вам приснилось, чи обкурились?»*

Наведені вище дописи свідчать про те, що до флеймінгу долучаються все нові і нові учасники полеміки. Стратегія флеймінгу реалізується тут у тактиках товстого та тонкого об'єктно- та суб'єктно-орієнтованого тролінгу (що направлені, відповідно, на об'єкт суперечки та опонента – автора допису). Мовні та мовленнєві засоби реалізації цих тактик досить розмаїті: експресивно забарвлена лексика, інвективи (*клоуни; невігласи і піарщики; гляньте на ці*

дебільні обличчя; гніль при владі; це вам приснилося, чи обкурилися?); мем, що має негативну конотацію (хто був ніким, ніким і залишиться...), сарказм („Зарплати людей,,кого цікавлять,,клоуни,,“).

Особа 21: *«Дайте будь ласка стислу характеристику місцевої біомаси за розумовими здібностями у відсотках. І проведіть кореляцію поміж рівнем інтелекту та рівнем добробуту, враховуючи, що середньостатистичний «ківа» є професором на цих територіях, а умовний неіснуючий Хокінг – є «ачкарік слишиш шо самий умний...».* Деструктивну тактику дискредитації позиції опонента, яка переростає в тактику тонкого тролінгу, автор коментаря намагається замаскувати під конструктивну інтродуктивну тактику, імітуючи конструктивний діалог за допомогою наукової лексики (*дайте будь ласка стислу характеристику... за розумовими здібностями у відсотках; проведіть кореляцію поміж рівнем інтелекту та рівнем добробуту, враховуючи, що середньостатистичний...).* Однак експресивна, жаргонна та інвективна лексика, що її вживає автор коментаря поряд з лексикою науковою (*місцевої біомаси; середньостатистичний «ківа» є професором на цих територіях, а умовний неіснуючий Хокінг – є «ачкарік слишиш шо самий умний...»*), свідчить про застосування мовцем тролінгової стратегії.

Отже, конфронтаційні типи полеміки, здебільшого започатковані провокативними дописами, не сприяють пошуку істини, це лише засіб для виплескування негативу або цілеспрямованого цькування когось, що має на меті повну дискредитацію опонента або об'єкта полеміки.

2.4. Флеймінг як найвищий ступінь неконструктивності дискусії

Найбільш деструктивною стратегією ведення дискусії на форумах в мережі є флеймінг, сутність якого полягає у перетворенні суперечки на агональний полілог – агресивну комунікативну взаємодію, у якій опоненти замість аргументів беззастережно використовують мовні та мовленнєві засоби,

що не відповідають правилам етичного спілкування: інвективи, знижену та вульгарну лексику, відверте глузування, перехід на особистості тощо.

Тригером такого полілогу в інтернет-комунікації зазвичай є репліка-тролінг – провокативне твердження, агресивна мовна дія, що спрямована на виклик негативної емоційної реакції у потенційних опонентів та розвиток комунікативного конфлікту.

Проаналізуємо інтернет-дискусію, що має ознаки флеймінгу.

Допис 1. *Особа 1 опублікувала допис Особи 8, що містить провокативний колаж.*

Коментарі:

Особа 2: *«Та нормально вона гребонула собі бабліща в карман. Тепер сидить у Лондоні попердює від щастя, а ми, лохи, можемо скакати далі в прірву...».* Розміщуючи допис на сторінці форуму експертів та професіоналів банківської сфери, з огляду на його суто негативний характер та форму пропагандистського плакату, не надаючи жодних додаткових коментарів, автор допису мав на меті розпалення флейму. Він не помилився в своїх планах: «зачеплені за живе» учасники форуму, поділені на прихильників та противників об'єкту допису, миттєво розпалюють суперечку. Перший же коментар витримано в тактиці товстого тролінгу, маркерами якого є інвективна та просторічна лексика (*гребонула собі бабліща в карман; попердює від щастя; лохи*) та мем, що відсилає до подій Помаранчевої революції та має негативне забарвлення (*можемо скакати далі в прірву*).

Особа 3: *«Особа 2, Ви, особисто, щось втратили після «банкопаду»?»*

Особа 2: *«Особа 3, втратив, а ви вважаєте, що Лерка Уггі та її шеф Сивочолий Петьман є рятівниками нашої обдертої країни?»*

Особа 4: *«Особа 2, а факти можна??? Чи тільки язиком??? P.S. не треба судити по собі».*

Особа 2: *«Особа 4, де сидить Лерка Уггі невже не в Лондоні? Факт? Перефразую питання вашого шоколадного кумира: «Яких ще вам фактів треба?»*

Особа 5: *«Особа 2, на тему «ви лохи» , так це так і є! Вибрали кіношного героя, а воно привело команду тупарів, а ви все це хаваєте!!!(«*

Особа 6: *«Особа 2, ваше хамство не робить вам честі. Доречі, як і агресивне невігластво».*

Наведені вище дописи свідчать про те, що суперечка ведеться начебто предметно, проте комуніканти, судячи з їхніх аргументів, не мають на меті дійти згоди або навіть переконати опонентів у своїй правоті. Це суперечка заради суперечки, засіб зняття стресу. Стратегія флеймінгу, що її дотримуються в своїх коментарях всі комуніканти, реалізується зокрема в тактиці переходу на особистості (*Ви, особисто, щось втратили після «банкопаду»?; а факти можна??? Чи тільки язиком??? P.S. не треба судити по собі*) та тактиці товстого тролінгу (*втратив, а ви вважаєте, що Лерка Уггі та її шеф Сивочолий Петьман є рятівниками нашої обдертої країни?; на тему «ви лохи» , так це так і є! Вибрали кіношного героя, а воно привело команду тупарів, а ви все це хаваєте!!!(; де сидить Лерка Уггі невже не в Лондоні? Факт? Перефразую питання вашого шоколадного кумира: «Яких ще вам фактів треба?»; а факти можна??? Чи тільки язиком??? P.S. не треба судити по собі*). Ці тактики реалізуються засобами іронії або сарказму. Мовці намагаються вербально зачепити опонентів, завдати одне одному моральної шкоди, дати відчутти себе ображеними або приниженими. Для цього вони вживають інвективи, жаргонізми, притаманні маргінальним верствам населення, грубо-просторічні слова та фрази, а також фонаційні засоби, що передають інтонацію та логічний наголос, – розділові знаки та емотикони (*а факти можна??? Чи тільки язиком???*), а також граматичні засоби – негативно-імперативні висловлення та їхні елементи (*а факти можна???*; *де сидить Лерка Уггі невже не в Лондоні?*). Зауваження ж: *«Ваше хамство не робить вам честі. Доречі, як і агресивне невігластво»* – це вже пряма образа опонента та намагання присвоїти собі роль арбітра в деструктивній суперечці, що по суті є нонсенсом, оскільки всі, хто бере в ній участь, не дотримуються правил та норм дискусії.

Особа 4: *«Особа 8, якщо ви можете виставляти такі тупі пости, але хочете предметної дискусії, будь ласка, озвучте свою базову освіту, (щоб дарма на вас час не тратити) і я готовий вам по поличкам розкласти в чому полягала реформа, яку блискуче провела Гонтарєва».* Це єдиний коментар, у якому мовець дотримується конструктивної інтеррогативної тактики (якщо ви ... хочете предметної дискусії) та тактики апеляції до власних знань, досвіду та спостережень (я готовий вам по поличкам розкласти в чому полягала реформа, яку блискуче провела Гонтарєва), але інвективний характер допису та розпалений учасниками полеміки флейм впливають і на нього, а тому він вдається до образливої лексики на адресу дописувача та намагається його принизити, а повчальний менторський тон (будь ласка, озвучте свою базову освіту, (щоб дарма на вас час не тратити) і я готовий вам по поличкам розкласти в чому полягала реформа, яку блискуче провела Гонтарєва) свідчить про бажання домінувати в дискусії. Тобто конструктив репліки повністю перекреслений деструктивними засобами.

Особа 7: *Особа 4, я вам поясню суть. Позичальники, обкрадені порохом і гонтарєвою – на вулиці, гонтарєва жирує в Лондоні, Петя жирує тут. Зрозуміло суть реформ?».* Замість автора допису попередньому комуніканту відповідає мовець, що має протилежні погляди на діяльність об'єкта дискусії. Його репліка начебто і по суті, а отже можна її вважати конструктивною, проте вона є риторичним питанням, що не потребує відповіді.

Особа 5: *Гонтарєва вже давно не працює в НБУ, а людинці досі спокою немає! Під керівництвом нового, розвалюються залишки небанківськоно сектору, та й у банках твориться безлад. Ручне керівництво, людьми без досвіду і знань призводить до колапсу!!!! А коментатори зі «знанням» справи розказують про «нагребла» і «накрала»(((.* Комунікант долучається до справи захисту об'єкта суперечки, відкидаючи саму можливість критики його з боку опонентів та вдаючись до сарказму (Гонтарєва вже давно не працює в НБУ, а людинці досі спокою немає!; а коментатори зі «знанням» справи розказують про «нагребла» і «накрала»(((, чим реалізує тактику тонкого тролінгу та

вдається до тактики офтопінгу, переносячи увагу на інших осіб (*Під керівництвом нового, розвалюються залишки небанківськоно сектору, та й у банках твориться безлад. Ручне керівництво, людьми без досвіду і знань призводить до колапсу!!!!*)

Знаки оклику, що їх вжито не за правилами (!!!!) та дужки, що передають емотикон – (((– є фонаційними засобами, що передають емоційний стан мовця – вищий ступінь незадоволення, образи та гніву.

Особа 6: *«Що Овчаренко, що решта зелеватяної братії не мають жодного уявлення ні про банківську систему, ні про реформу Гонтарєвої, ні про елементарну культуру та здоровий глузд. Зараз, коли нова влада остаточно обгадилась, такого лайна, як ця картинка, значно побільшало, а кількість ідіотів, що це поширюють і «лайкають» лишається незмінною...»* На завершення полілогу той з мовців, який протестував проти «хамства» та намагався грати роль арбітра, сам вдається до найбільш лайливого і образливого коментаря, вживаючи тактику товстого тролінгу опонентів. Полеміка добігла закономірного кінця: обидва табори заперечили здатність та право своїх опонентів висловлювати розумні судження, звинувативши один одного в невігластві.

Висновки до розділу 2

Аналіз дискусій, що їх ведуть професійні економісти та бухгалтери в мережі, свідчить, що поділ їх на конструктивні та конфронтаційні (деструктивні), є достатньо умовним. У конструктивних полеміках, мета яких – спільне встановлення істини, більшою мірою беруть участь експерти, що прагнуть вирішити винесену на обговорення фахову проблему, отже налаштовані конструктивно. Але майже в кожній такій дискусії є учасники, що прагнуть потішити своє его та розважитися за рахунок менш розумних колег, а тому обирають деструктивні тактики товстого чи тонкого тролінгу та стратегію флеймінгу.

Досягненню згоди у розв'язані проблемного питання сприяють такі комунікативні тактики:

1) тактики діалогічної стратегії: інтерогативна, інтродуктивна, спільного пошуку рішень;

2) тактики семантичної стратегії: апеляції до власних спостережень, досвіду, думок, ілюструвальна тактика, посилення на авторитет, компаративна, дефініційна, уточнювальна, акцентувальна (емфатична), узагальнювальна, доповнювальна;

3) тактики прагматичної стратегії: критики дослідницької позиції опонента, позитивної презентації дослідницької позиції опонента, самодискредитації, позитивної самопрезентації, маскуванню критики, деінтенсифікації критики.

Перешкоджають конструктивному спілкуванню такі тактики:

1) стратегії некооперативної поведінки: ухилення від відповіді, дискредитації позиції опонента, декларування;

2) стратегій троллінгу та флеймінгу: товстого троллінгу, тонкого троллінгу, ельфінгу, трикстеріанства, офтопінгу, переходу на особистості.

За нашими спостереженнями, у конструктивних віртуальних полеміках з економічної тематики переважають тактики: інтерогативна, інтродуктивна, спільного пошуку рішень; апеляції до власних спостережень, досвіду, думок, ілюструвальна тактика, посилення на авторитет, критики позиції опонента, позитивної презентації дослідницької позиції опонента.

У деструктивних (конфронтаційних) полеміках опоненти найчастіше вдаються до тактик дискредитації позиції опонента, товстого та тонкого троллінгу (що сприяють реалізації стратегії флеймінгу), трикстеріанства, офтопінгу та переходу на особистості.

Деякі репліки поєднують тактики троллінгу з конструктивними тактиками, тому віднести їх до суто конструктивних або конфронтаційних неможливо. Критерієм віднесення коментаря до синкретичних є застосування мовцем тактик діалогічної, семантичної або прагматичної стратегії поряд з іронічними або

саркастичними зауваженнями або навіть глузуванням та інвективами. У деструктивних коментарях мовці не вживають конструктивних тактик, можлива висока оцінка думки опонента – це мовне втілення тактики ельфінгу.

Найбільш деструктивною тактикою в конфронтаційних полеміках є тактика переходу на особистості, що належить стратегіям троллінгу та флеймінгу, застосування якої приводить до руйнування діалогу або полілогу: звинувачені один одним в невігластві, особисто ображені один на одного опоненти не можуть більше вести бесіду.

Перетворити деструктивну полеміку в конструктивну можна за допомогою тактик діалогічної стратегії – інтерогативної, інтродуктивної та спільного пошуку рішень, а також до тактики деінтенсифікації критики, що належить до прагматичної стратегії.

Фахівцеві, який дбає про свій професійний імідж, варто дотримуватися діалогічної, семантичної та прагматичної стратегій і віддавати перевагу таким тактикам: інтерогативній, інтродуктивній, спільного пошуку рішень, апеляції до власних спостережень, досвіду, думок, критики дослідницької позиції опонента, позитивної презентації дослідницької позиції опонента та деінтенсифікації критики.

РОЗДІЛ 3. МОВНО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОЛЕМІЧНОГО МОВЛЕННЯ В ІНТЕРНЕТІ

3.1. Лексичні особливості полемічного спілкування в інтернеті

Для комплексного аналізу лексичних особливостей мовлення учасників інтернет-полемік важливо враховувати їхні професійні, гендерні, вікові, регіональні особливості. Найяскравіше вони виявляються у застосовуванні термінів, сленгових слів і висловів, емоційної лексики та характерних порушеннях норм літературної мови. Фахівці з економіки та бухгалтерського обліку у віртуальних полеміках уживають як загальномовні лексичні одиниці, так і вузькоспеціальні. Проаналізуємо вживання цієї лексики докладніше на прикладі такого допису:

Особа 1: *«Фрідріх Лист обгрунтовував життєздатність автократичного німецького етатистського економічного націоналізму, звідси й палкі дискусії з опонентами free-trade, та їх різновидів»*. Мовець коментує допис, у якому повідомляють про те, що в Україні видано книгу відомого німецького економіста XIX століття Фрідріха Листа, що розробив теорію державного протекціонізму. Не поділяючи цю теорію, мовець вдається до псевдонейтральної лексики – наукових термінів. Проте наявність слів, що мають у сучасній українській мові негативну конотацію – автократичний німецький націоналізм (негативне ставлення формується унаслідок того, що цінністю українського суспільства є демократизм, а автократія є діаметрально протилежним поняттям – владою єдиної людини), термін «націоналізм» – звеличення своєї нації – в поєднанні із прикметником «німецький» нагадує про події Другої світової війни, а термін «етатизм», що позначає ринкову економіку з великим державним втручанням, за останні 30 років дискредитовано прихильниками вільної ринкової економіки (для її означення мовець вживає англійський термін «free-trade» (вільна торгівля), що в практиці спілкування на

економічну тематику зазвичай не перекладається українською мовою). Іронічність мовця підкреслено епітетом *палкі*.

Особа 2: *«Шановні колеги та юристи. Мене таки хвилюють два запитання щодо реструктуризації по прийнятому закону 1381:*

1) *Чи відіграє свою роль досудова вимога, після отримання якої відсотки не нараховуються? По закону слід платити відсотки до дня реструктуризації. А як же вимога?*

2) *Чи має право фінансова компанія, яка викупила право вимоги по кредиту, нараховувати відсотки?»*. У своєму дописі на професійному бухгалтерському форумі в соціальній мережі «Фейсбук» мовець ставить важливе для нього питання щодо виплати відсотків боржником кредиторів за користування кредитом у випадку проведення його реструктуризації, яке викликає жвавий інтерес спільноти, про що свідчить велика кількість коментарів до допису, у яких комуніканти висловлюють свій погляд на проблему та шляхи її вирішення. У дописі вжиті професійні терміни, без яких фахова дискусія не можлива. Терміни чітко та недвозначно передають смисл. До них у цьому дописі належать: *реструктуризація* (заміна нездійснених договірних зобов'язань іншими, посильними для боржника), *досудова вимога* (інакше – претензія – спосіб урегулювання суперечки до звернення до суду), *нарахування відсотків* (нарахування плати за користування кредитом у відсотках до його суми), *фінансова компанія* (спеціально створена компанія, що займається наданням позик приватним особам чи комерційним підприємствам. На відміну від банків, фінансові компанії не приймають депозити, а отримують фінансування з банків, фінансових інститутів та інших фінансових джерел). Незважаючи на емоційну іронічну фразу, що передає анекдотичну інтонацію (*Мене таки хвилюють два запитання*) та фразу, що передає розгубленість мовця (*А як же вимога?*), загалом допис витримано у нейтральному стилі, ці ж засоби сприяють пом'якшенню та пожвавленню дискусії, оскільки викликають у опонентів людську реакцію – бажання допомогти розгубленій людині.

Застосування емоційної лексики. Для інтернет-полемік характерним є вживання мовцями слів, що мають емоційне забарвлення, а також лайливі слова та вигуки. При цьому емоційна лексика може бути позитивно або негативно забарвленою. Як видно з проаналізованих текстів полемік на економічну тематику, мовці використовують здебільшого негативно забарвлену емоційну лексику, зокрема й лайливу. Наприклад: Особа 3: *«Чому держава як завжди в **ср*аці**? люди по мусорках риються, а ці **свині** крадуть як в останній раз, скільки можна **безсовісні** всі **тварі** використовувати бідність заради політичних своїх амбіцій і думати, що Бог вас всіх не покарає? залиштесь всі без батьківщини, **дряні свині!**».*

Особа 4: *«**Оце все. Кінець.** Люди настільки не професійні, що витримати **тяжко**».* Слова *Оце все. Кінець* є вигуками, що мають яскраве емоційне забарвлення та передають безнадію. Вони також тяжіють до емоційної лексики.

Особа 5: *«**Що ви херню** постите?! А про суд Лондонський не чули? **То ви брехуни!**».* Мовець вживає два слова, що належать до емоційної лексики – лайливе та слово *брехуни* на адресу опонентів. Це свідчить про початок флеймінгу – найбільш деструктивного типу полілогу. Отже, негативно забарвлена емоційна лексика є дуже небезпечною «зброєю» мовця, яку треба застосовувати дуже обережно.

Застосування сленгових слів. Під сленговими словами розуміють набір слів або нових значень відомих слів, які вживають задля епатажу. Серед сленгових слів в аналізованих дописах трапляються як загальноновживані (*тег, клікнути, блог, забанити*), так і специфічні, притаманні саме бухгалтерській спільності (*ЄСВ, дека, мінімалка*). Наприклад:

Особа 6: *«Якщо проаналізувати історію, то всі цивілізації та форми суспільної організації мають тенденцію до занепаду або трансформації. Отже, це не **баг**, а **фіча** цивілізацій та людської еволюції загалом».* Автор вживає двох сленгових слів англійського походження – «**баг (bug)**» і «**фіча (feature)**». Перше означає «жучок» (те, що призводить до неправильної роботи або зламу системи і походить з мови професіоналів сфери інформаційних технологій). Друге ж слово

вказує на «характерну особливість». Отже, мовець, говорячи про те, що всі цивілізації згодом занепадають, наполягає на висновку, що це не якийсь збій у еволюційному механізмі, а його закон.

Особа 7: «Так, надаєте відпустку. Середню зарплату розраховуєте з окладу згідно штатного розпису. Якщо оклад нижче **мінімалки**, розраховуєте з *мін.зн*». Автор вживає сленгове слово «мінімалка», яке позначає мінімальну заробітну плату та утворене від цього терміну. Слово коротке та ємне, а завдяки суфіксу «к» викликає почуття симпатії, оскільки сприймається як позначення якоїсь жіночої характеристики (пор. «неформалка» – дівчина, що не визнає ханжеських суспільних норм, протистоїть їм).

Особа 8: «Саме так)) я того і **тегнула** вас, бо подвійні стандарти якісь, думаю може я не вірно міркую. 😊». Мовець уживає сленгове слово *тегнути*, яке означає розмістити у своєму пості згадку про будь-якого користувача, використовуючи хештег (позначку, що використовується в мікроблогах та соціальних мережах з метою полегшення пошуку повідомлень або людей) з його ім'ям. Слово перейшло у професійний сленг зі сленгу молодіжного. Загалом же мовець демонструє дружнє ставлення до опонентів, про що свідчить легка іронія щодо себе.

З вищенаведеного можемо висновувати, що інтернет-полемікам, які ведуть фахівці з економіки та бухгалтерського обліку, притаманні певні лексичні особливості:

- застосування специфічних професійних термінів, що полегшує комунікацію спеціалістів та слугує своєрідним бар'єром, що відсікає від дискусії непрофесіоналів;

- обмежене вживання сленгової лексики, що має радше загальний, а не професійний характер та переважно є англомовного походження.

- стосовно власне професійних сленгових слів можна сказати, що вони є декількох типів: 1) походять від скорочення багатослівних термінів до одного слова, утвореного від основи суфіксом *-к-*: *прострочка* ← прострочена заборгованість, *мінімалка* ← мінімальна заробітна плата, *ПДФО* ← податок на

доходи фізичних осіб, *ПН* ← податкова накладна, *РК* ← розрахунок коригування, *ЄРПН* ← Єдиний реєстр податкових накладних; 2) є скороченням більш довгих, складних для вимовлення слів: *дека* ← декларація, *уточненка* ← уточнююча декларація, *блокування ПН* ← зупинення реєстрації податкових накладних; 3) є розмовною інтерпретацією специфічних професійних бухгалтерських термінів: *оборотка* ← оборотно-сальдова відомість, *проводка* ← бухгалтерське проведення, *сторно* ← сторнуючий бухгалтерський запис.

Емоційну лексику вживають для поживавлення дискусії, висловлення схвалення чи несприйняття позиції опонента або самого об'єкта суперечки, а також у випадку дотримання мовцем стратегій і тактик тролінгу та флеймінгу чи його психологічної нестабільності.

3.2. Граматична специфіка інтернетної полеміки

На граматичному рівні специфіка полеміки в інтернеті полягає у вживанні певних типів речень, дотриманні зв'язності мовлення, логічності та послідовності викладу.

Як видно з аналізу дописів, учасники полемік у інтернеті використовують у своєму мовленні всі типи речень за метою висловлювання: розповідні, питальні й спонукальні.

Розповідні речення, як видно з аналізу, проведеного у другому розділі, досить поширені у фахових інтернет-полеміках, оскільки забезпечують конструктивний і логічний виклад думки. Комуніканти застосовують розповідні речення для зазначення своїх міркувань, для окреслення проблемного поля, а також у розгорнутих відповідях на запитання. Наприклад: *«Знаю про блокування, весь час працювала над вирішенням цієї проблеми, яка існувала, попри те, що в уряді запевняли про досконалі підзаконні акти. А от те, що робиться зараз, свідчить про одне: проблема блокування ПН не тільки не зникла, а набула нових небувалих розмахів. І я усвідомлюю, що нові системи моніторингу ризикових операцій мають бути розроблені не з подачі податкового органу, а*

Мінфіном виключно на підставі норм законодавства і здорового глузду. А сервери мають бути поза межами впливу контролюючого органу».

У полеміках мовці застосовують усі типи питальних речень:

а) власне-питальні речення, що передбачають обов'язкову розгорнуту відповідь, наприклад: *«А звідки така космічна сума?», «Чому коли Ви були у більшості не прийняли законів стимулюючих розвиток економіки, залучення тих же інвестицій?»;*

б) питальні речення, які передбачають тільки ствердження чи заперечення того, що в них висловлюється: *«Бідуєте???) Скільки вона у вас викрала? В суд вже подали? Позов виграний?»;*

в) риторичні речення, що не вимагають відповіді: *«Тому, в мене питання – як же, ніби-то, створюючи економічні умови, не цінуємо і не бережемо те що маємо?! Чому з такою легкістю даємо можливість банкрутувати? або вбиваємо підприємницький настрій і волю???»;*

г) питально-спонукальні речення, що містять у собі спонукання до дії, виражене через запитання. Наприклад: *«Ну пані Ніно <...> **ЧИ НЕ ПОРА думати про інтелектуальну наповненість нації, бо ще трішки - і буде несолідно знати логарифм чи домінантсептакорд - на фоні «спеціалістів» які торгують шпінгалетами, трусами, ковбасою на ринку ??».***

У спонукальних реченнях мовці вживають наказовий спосіб дієслова, наприклад: *«Тоді, не дай Боже не **прикусуйте свого язика!**)»;* *«Люди настільки не професійні, що витримати тяжко. Так і хочеться закричати – **НЕ РОБІТЬ НІЧОГО!**»;* *«Пані Ніно, страшна біда з новим звітом <...> **ДО_ПО_МО_ЖІТЬ пані Ніно Петрівна.**».*

Розповідні, питальні й спонукальні речення можуть мати різний ступінь емоційного забарвлення. Речення зі звичайною інтонацією належать до емоційно нейтральних; інші – з підсиленою вимовою – є окличними. Отже, комуніканти застосовують:

1) розповідно-окличні речення: *«**Особливо відчули адміністрування ПДВ, коли блокування ПН автоматично, а розблокування вручну! А що це***

означає добре всі розуміють!»; «Вважаю за необхідне аби будь-яка політична сила сформувала команду професійних експертів і разом прописали б Нову Україну! Іншого виходу немає!»; «Час працює, на жаль, не на нас!»;

2) питально-окличні речення, наприклад: *«Поясніть мені: що це за державна політика — роздавати гроші з держбюджету типу «новим компаніям» за рахунок сплачених податків діючим бізнесом в Україні?!»*

3) спонукально-окличні речення. Наприклад: *«Тоді, не дай Боже не прикусуйте свого язика!»; «Так і хочеться закричати-НЕ РОБІТЬ НІЧОГО!».*

Таким чином, з аналізованих текстів та текстів інших інтернет-полемік на бухгалтерську та економічну тематику видно, що:

- застосування розповідних речень характерне для первинних дописів, у яких мовці описують загальну суть проблеми, яка буде далі обговорюватись;

- питальні речення часто застосовують під час обговорення проблематики питання для розставлення акцентів на тому чи іншому аспекті проблеми, надання емоційного забарвлення тексту,

- особливу роль виконують спонукальні речення: вони сприяють пожвавленню дискусії, залученню до неї нових учасників.

У дописах і коментарях мовці вживають прості і складні речення. Прості речення представлені майже всіма типами: двоскладними й односкладними, поширеними й непоширеними, повними, ускладненими й неускладненими.

Двоскладними є речення, у яких наявні обидва повні головні члени речення – підмет і присудок. Наприклад: *«Всі знають що податковою керує той в чийх руках «мишка».*

Серед односкладних речень найбільш поширені означено-особові, пор.: *На жаль не зможу. Можу тільки навести інші приклади з відомої нам історії; Вважаю за необхідне внести ясність.* Їх уживають задля економії часу – мовцям немає потреби вживати особовий займенник на позначення себе.

Безособові речення надають висловленням більш узагальненого й категоричного звучання, пор.: *Іншого виходу немає! Хіба можна вижити за таких умов?*

Вельми поширені в коментарях називні односкладні речення, а саме оцінно-називні. Вони емоційно увиразнюють мовлення, напр.: **Жах!!! Що робити???** *Ще одна хвиля Ковіду нас може просто добити; Гестано!!!*

Мовці досить часто будують повні речення, у яких є всі структурно необхідні члени. Наприклад: **«Кожний новий керівник податкової приводив свого керівника департаменту ІТ. Те що податкова не може розробляти нормативні акти та давати пояснення по спірним питанням всі (політики) починають розуміти лише тоді коли...»**.

Водночас на тлі специфіки інтернет-полемік (неформальність спілкування, економія часу, емоційність учасників, яким часто обговорювана проблема завдає надзвичайних труднощів у повсякденній роботі), для текстів характерними є неповні речення. Наприклад: *«І ви туди ж?; А ви проти? До чого це?»*.

Характерною ознакою віртуального полемічного мовлення є ускладнені речення. Ті, з них, що містять однорідні члени речення, як правило, є інформативними, мовці хочуть повідомити учасникам можливі варіанти вирішення проблеми **«Для розблокування податкової накладної, якщо хтось все ж таки спробує погратись з податковою в цю гру, необхідно подати: договори, всі документи, що підтверджуються постачання товарів, перевізні документи, платіжні доручення, сертифікати...»**.

Ускладнені речення зі звертаннями спрямовані на передачу певної інформації реальному чи уявному адресату, повідомлення про нагальну проблему: **Шановні** – *а де ваші бодай якісь досягнення?*

Ускладнені речення зі вставними словами вносять в текст полеміки акценти або елементи особистого ставлення мовця до обговорюваної проблеми. Наприклад: **«Так, нещодавно було прийнято закони щодо інвестНЯНЬ, які на всій території України до 2035 року, крім надання податкових пільг, передбачають компенсацію інвестору з державного бюджету до 30% розміру інвестицій»**; **«Тут неоднозначна ситуація: з одного боку, дійсно, посадовці держбанків які кредитували пов'язаних осіб мали б сісти разом з тими кого кредитували. З іншого боку, наявність такої кількості кредитів що не**

обслуговуються змушує банки виконувати нормативи НБУ по ліквідності в резервах. **Тобто** левова частина коштів роками лежить мертвим вантажем».

Послідовність розташування членів речення – порядок слів – зумовлений його змістом і граматичною структурою. Українськомовний комунікант має відносну свободу щодо порядку слів у реченні та змогу тонко й точно передавати різні відтінки думки, її експресивно-емоційне забарвлення.

Загалом, логіка вимагає, щоб думка у висловлюванні розвивалася від вже відомого (теми) до невідомого (реми). Саме так відбувається за прямого порядку слів. Однак зі стилістичних міркувань порядок слідування теми й реми може бути змінений, тоді у реченні виникає інверсія. У такому разі логічний наголос зміщується на початок речення, і ця початкова частина набуває особливої емоційності, експресивності, значимості.

Речення з прямим порядком слів особливо зручні й легкі для сприйняття, наприклад: *«Ніхто, особливо економісти, не розуміють, що відбувається зі світовою економікою. Причина такої сліпоти серед експертів - це проста відсутність інтелектуального кругозору. Жодна інша сфера людських знань не відрізала себе так сильно від інших наук, зокрема, від соціальних, як економіка. Проблема в тому, що економічна наука відрізана від загальноприйнятого розуміння того, як все працює (або має працювати). Сучасні професійні економісти, навпаки, не вивчають практично нічого крім економіки. Вони навіть не читають класичні праці за своєї дисципліни. Філософія, яка могла б їм пояснити обмеженість економічного методу – для них закрита книга. Математика, вимоглива і спокуслива, монополізувала їх інтелектуальні горизонти. Економісти – це «вчені ідіоти» (idiots savants) нашого часу. 😊».*

Другорядні члени речення за прямого порядку слів розташовуються подібно до компонентів словосполучення: узгоджені означення, виражені прикметником, діеприкметником, займенником, порядковим числівником, стоять перед означуваним словом, а неузгоджені – після нього. За прямого порядку слів додатки постпозитивні.

Залежно від значення обставини за прямого порядку слів займають різні позиції: обставини способу дії здебільшого вживаються перед дієсловом – присудком. Таку ж позицію займають і обставини місця та часу. Обставини можуть займати й будь-яке інше місце в реченні. За зворотного порядку слів присудок передує підметові.

Узгоджене означення за зворотного порядку слів уживають після означуваного слова для виділення важливої ознаки. Для виділення додатка також застосовують інверсію – додаток стоїть перед дієсловом.

Приклад зворотного порядку слів у реченні (інверсії) може бути наступний текст: *«Якби при Зеленському почалася агресія росії, то на Банковій - майорів би уже російський триколор. Це ж потрібно так докеруватися країною - що свідомі люди не вірять їм жодному слову. Про що можна вести мову - коли голова парламентського комітету Гетьманцев та другі ЗЕлені урядовці та депутати - усі свої свої виступи зводять до критики «попередників», та щей путаються в цифрах, беручи все з «потолка». Шановні – а де ваші бодай якісь досягнення? А заява Дубінського....., нові плівки Лероса (розкрадання через бакановське СБУ та наркоманія зепридента)...».*

Важливою характеристикою тексту є його структурна та смислова завершеність, а також зв'язність. Це послідовність і логічність висловлювань, коли кожне наступне речення побудоване з урахуванням попереднього.

Мовцями зазвичай застосовується ланцюговий вид зв'язку речень у тексті, який відображає рух думки від теми до реми і націлений на розвиток інформаційно нової частини попереднього речення в наступному. Цей тип зв'язку мовці втілюють через повторення слів і словоформ, вживання синонімів і займенників замість лексичної одиниці тощо: *«Податкова блокує податкові накладні, платники не можуть сформувати податковий кредит, податкове навантаження з податку на додану вартість зростає, платники змушені вдаватись до агресивних оптимізаційних схем. Ланцюг замикається».*

Зв'язність мови зумовлена не лише порядком слів і послідовністю темарематичного ряду, а й низкою інших синтаксичних вимог: правильною

координацією підмета і присудка, грамотним оформленням словосполучень, доречним введенням ускладнювальних зворотів та ін.

Слід зауважити, що зв'язність та послідовність текстів великою мірою залежить й від дотримання комунікантом законів логіки, наявності у текста ясної композиції та відсутності в ньому надміру ускладнювальних елементів

3.3. Графічні засоби впливу на співрозмовника

Застосування графічних засобів у тексті інтернет-полемік дає змогу мовцям передавати на письмі особливості живої мови (темп, тембр, гучність, мелодика, акцент тощо), а також жести і міміку. Функція графічних засобів полягає в передачі емотивності висловлювання та емоційного стану його автора, у посиленні тексту та залученні уваги читача до нього.

Опрацювання літературних джерел дозволило виділити найбільш повну класифікацію графічних засобів, що їх застосовують мовці в інтернет-полеміках. Її представлено на рис. 3.1.

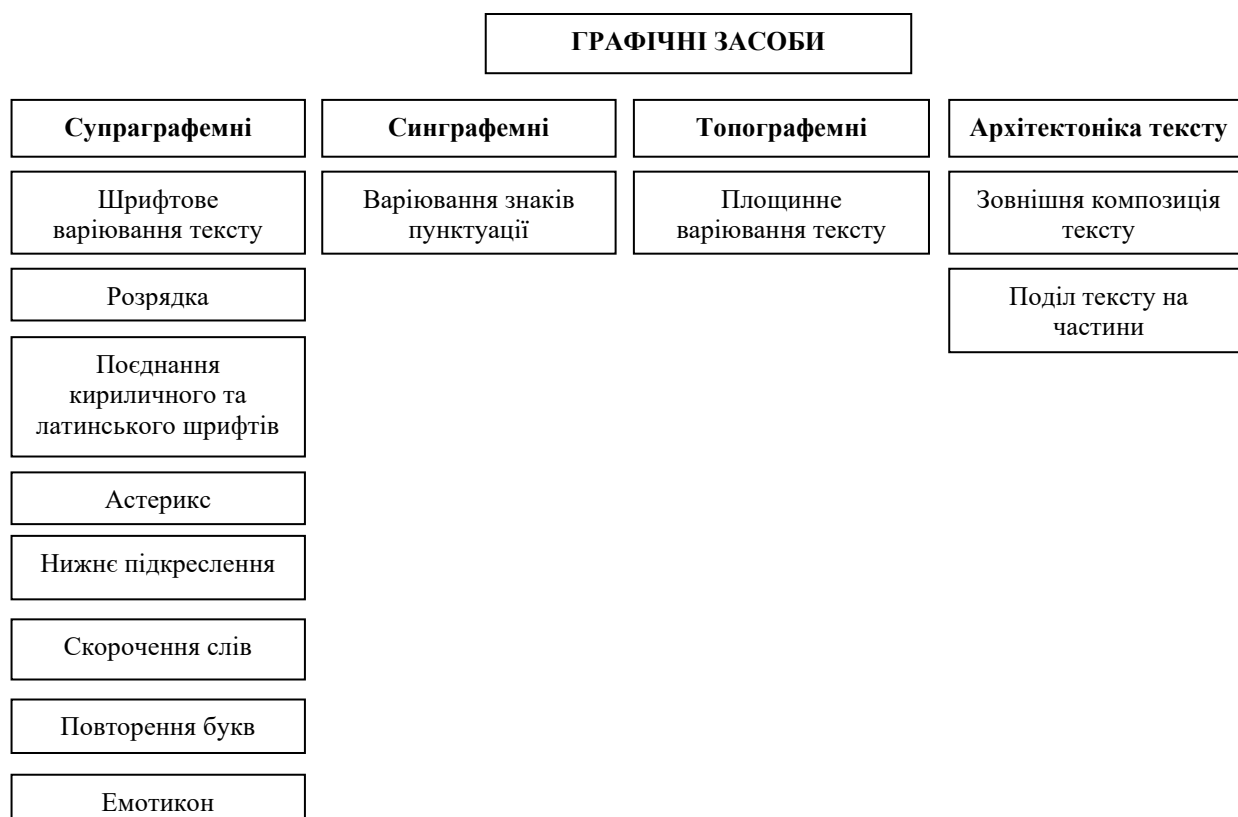


Рис. 3.1. Класифікація графічних засобів впливу на співрозмовника в мережі інтернет (Складено автором за (Баранов, 1989))

Відсутність можливості обмінюватися голосовими повідомленнями, які передають емоції та логічний наголос, тембр, паузи та ін. призводить до необхідності пошуку їм заміни в усно-писемній мові інтернет-спілкування.

З усіх можливих способів **варіювання шрифту** (жирність, курсив, форма) у соціальній мережі «Фейсбук» можлива лише зміна великих та малих літер. Мовці цим досить часто користуються. Причому слід зауважити, що змінюють як великі літери на малі (наприклад, на початку слова), так і малі на великі. Перше, як правило, свідчить про намір мовця висловити свою неповагу до предмету висловлювання або до опонентів, заперечення їх позиції або зневагу до об'єкту суперечки. Наприклад: Особа 1: *«такого експорту з країни зернових, фруктів, овочів ніколи ще не було, вивозять за валюту під нуль, а в гривні на внутрішньому ринку все дорожчає, валютна ж виручка осідає в приватних карманах для панів?») а чому б не заставити їх продавати її? чому держава як завжди в ср*аці? люди по мусорках риються, а ці свині крадуть як в останній раз, скільки можна безсовісні всі тварі використовувати бідність заради політичних своїх амбіцій і думати, що Бог вас всіх не покарає? залишитесь всі без батьківщини, дряні свині! сталіна на вас не має...»*. У цьому коментарі мовець висловлює ненависть до керманічів країни та бізнесменів, що, в його розумінні, взагалі не думають про вітчизну. Це підкреслено інвективами та обценною лексикою. Навмисне незастосування великих літер підкреслюється єдиним винятком: слово «Бог» комунікант пише все ж з великої літери.

Прописні ж літери, якими оформлені цілі слова, застосовують для виділення окремих з них у висловлюванні (фейсбук не надає для цього інших можливостей, крім виділення курсивом або підкреслювання). Як правило, у полеміці це сприймають як підвищення голосу, логічний наголос. Наприклад:

Допис, розмістила Особа 2 😡 розлючена: *«Не хотіла би розпочинати політичний сезон з таких емоцій, але **БІЗНЕСУ** це має набриднути!»*. У дописі мовець робить логічний наголос саме на слові «Бізнесу», та робить це, як ми зазначили вище, єдиним можливим у фейсбуці засобом – написанням слова великими літерами.

3) Особа 3: *«Пані Ніно <...> Бухгалтери читають Вас, і бачуть що Ви – ЄДИНА, хто розуміється в питаннях звітності, нарахувань і відображення в кабінеті платника <...> **ДО_ПО_МО_ЖІТЬ** пані Ніно Петрівна»*. Мовець виділяє найважливіші в своїй репліці слова «Єдина» та «Допоможіть». Останнє слово написано з великих літер, ще й застосовано додатковий графічний засіб – розрядку по складах, які відділені один від одного низькою рисою. Таке написання передає особливості звучання цього слова: це скандування, що робиться з підвищенням голосу. Автор коментаря благає по допомогу

4) Особа 4: *«Оце все. Кінець. Люди настільки не професійні, що витримати тяжко. Так і хочеться закричати - **НЕ РОБІТЬ НІЧОГО !**»* Мовець за допомогою великих літер передає найвищий ступінь свого обурення, це крик відчаю та душевного болю.

Астерікс (друкарський знак у вигляді зірочки) зазвичай в інтернет-полеміках використовується для заміщення літер у словах задля уникнення використання нелітературного слова, наприклад:

Особа 5: *«такого експорту з країни зернових, фруктів, овочів ніколи ще не було, вивозять за валюту під нуль, а в гривні на внутрішньому ринку все дорожчає, валютна ж виручка осідає в приватних карманах для панів?)) а чому б не заставити їх продавати її? чому держава як завжди в **ср*аці?**»*

В аналізованих нами діалогах мовці застосовують астерікс не часто і зазвичай не заради уникання написання лайливого слова, а з метою обійти алгоритми соціальної мережі, які блокують коментарі або мовців, що застосовують обценну лексику, оскільки слово написано повністю і людина слово чітко бачить, а для машини воно невидиме. Можемо також висновувати, що астерікс не є популярним та виразним засобом графічного впливу на співрозмовників у соціальних мережах.

Знак @ (лігатура «at») – це типографський символ у вигляді малої літери «а» в незамкненому колі, що в сучасному значенні найчастіше використовується в адресах електронної пошти. Розмовна українська назва – «песик» або «равлик». Як і згадуваний вище астерікс, «песик» застосовують мовці в

інтернет-полеміках замість літер з метою уникнення нецензурної лексики. Наприклад: Особа 6: *«А ще є таке словосполучення БАНКІВСЬКА БЛ@ДОТА !»*

Скорочення слів (графічний засіб, що передає на письмі притаманне розмовній мові прагнення до лаконічності та економії мовних засобів) загалом мовці використовують у вигляді офіційно прийнятих або усталених аббревіатур, однак є і випадки авторських скорочень жаргонних слів. Наприклад:

Особа 7: *«Тобто, на кожному кроці ти платиш ЛВ, які ніде не враховуються в деклараціях».* ЛВ – це скорочення жаргонного слова «лове», що походить з ромської мови та означає «гроші». Слово це походить з напівкримінальних кіл, проте протягом останніх тридцяти років стало широковживаним та не має негативного забарвлення.

Особа 8: *«Саме через тупість нашого гробаного «населенія» українці годують Льонь Голубкових та усілякі МММи і ненавидять тих, хто намагається керуватись здоровим глуздом».* МММ – це скорочення, що позначало на початку 1990-х років одну з перших фінансових пірамід, що розорила майже всіх своїх вкладників. Отже, аббревіатура «МММ» – це наразі евфемізм, що позначає організації та структури, мета та призначення яких – ошукування довірливих людей.

Особа 9: *«Підприємницькі пропозиції владою так і не були враховані. <...> Знову не враховані всі потрібні КВЕДи. Знову підприємець віддасть ці 8000 на сплату податків, бо єдиний податок, єсв ФОПу приходиться сплачувати навіть за непрацюючі місяці...».* Аббревіатури «КВЕД» і «ФОП» є загальноприйнятими і зрозумілими у професійному бухгалтерському середовищі скороченнями важливих та часто застосовуваних термінів: «Класифікатор видів економічної діяльності» та «Фізична особа-підприємець». Застосування повних назв цих складних термінів сильно ускладнювало би спілкування. Те саме стосується й слів «МІНФІН» – Міністерство фінансів України, яке має офіційне скорочення «Мінфін», отже в цьому випадку застосовано мовцем ще один графічний засіб – написання слова з великих літер – та «ЄСВ+1ДФ» – «Єдиний соціальний внесок» та назва форми звіту.

Особа 10: «*все що від МІНФІНа – лякає, це якийсь офіс нераціональних рішень №1*».

Особа 11: «*страшна біда з новим звітом за 1 кв 2021 «ЄСВ+ 1ДФ*».

Повторення літер – це графічний засіб, що відображає іронічну чи саркастичну інтонацію або ж захоплення. Проте, саме повторення літер не передає емоції, воно має супроводжуватися знаками питання або оклику та емотиконами – тоді ефекту буде досягнуто. Наприклад: Особа 12: «*Це всі ваші аргументи ?)) Великий умнііік!!!))*».

Емотикон являє собою графічний символ, утворений зі знаків пунктуації та спеціальних символів, що його застосовують для передання емоцій та певних жестів в усно-писемній мові соціальних мереж. Емотикони мають певне лексичне значення, вони передають різні ступені емоційної експресії.

На професійних бухгалтерських та економічних форумах у соціальних мережах комуніканти вживають емотикони досить часто, причому в репліках, що витримані у стратегіях тролінгу та флеймінгу, їх застосовують частіше, ніж у конструктивних полілогах. Емотикони можуть передавати не тільки емоційне забарвлення словесної репліки, а й окремі висловлювання без застосування вербальних засобів. Можна сказати, що емотикони передають засобами графіки відповідні жести, що їх застосовують в усному мовленні: здивоване знизування плечима, зображення великого пальця руки, піднятого вгору на знак схвалення, здійснений угору вказівний палець на знак важливості сказаного, зображення облич, що передають здивування, образу, схвалення та несхвалення, огиду тощо. Посилення експресії досягають збільшенням кількості відповідних емотиконів, а також за рахунок знаків оклику та знаків питання.

Крім статичних емотиконів, мовці іноді застосовують й анімовані, щоб створити відчуття живої розмови та посилити емоційний вплив. Наприклад: Особа 13: «*На тему «ви лохи» , так це так і є! Вибрали кіношного героя, а воно привело команду тупарів, а ви все це хаваєте!!!*»). Найпростіше зображення емотикона – це відкривальна чи закривальна дужка. Відповідно перша передає радість, веселу посмішку, а друга – смуток, огиду, образу. Їх кількість, як ми

ззначали раніше, передає ступінь експресивності висловлювання. Найчастіше в полеміці мовці застосовують саме такі емотикони. У цьому конкретному прикладі емотикон посилює інвективні висловлювання, у поєднанні з трьома знаками оклику передає вищу ступінь огиди мовця.

Особа 14: *«Ви реально думаєте, що неможливо знайти адекватну інформацію про цей конкретний технологічний парк, крім того що ви «знаєте засновників»?)» <...> Ахаха))))))»* На відміну від попередньої репліки, у цьому коментарі емотикон передає сміх та посмішку, які, правда, не є щирими і відкритими, а мають іронічне забарвлення. Автор глузує над опонентом, проте все ж не вдається до відвертого тролінгу, залишаючись в межах конструктивного діалогу. Кількість дужок не передає надвисокого ступеня веселощів, а радше слугує засобом посилення іронії.

Особа 15: *«😂😂😂 банкопад...пральні машинки олігархів позакривала, от і весь банкопад»*

Особа 16: *«Люди не розуміють – за що такий штат отримує з/п, премії та надбавки? за клумби? Тут якийсь недолік в законодавстві 🙄👎»*

У цих двох коментарях емотикони-рисунок передають іронію мовця: у першому коментарі це сміх аж до сліз, а в другому – жартівливе резонерство.

Синграфемні засоби – це вжиті не за встановленими правилами знаки пунктуації, що надають усно-писемній мові образності, сприяють створенню інтонаційного малюнку мови. До цих засобів відносять питальні та окличні речення та їх фрагменти, багатокрапки і факультативні лапки. Їх широко використовують в інтернет-полеміках, наприклад:

Особа 17: *«А факти можна??? Чи тільки язиком???»*. Граматично замість трьох знаків питання мовець міг поставити один, що повністю передало б намір поставити питання. Проте, в цьому випадку три знаки питання передають додатково й найвищий ступінь збудження мовця та його невдоволення позицією опонента.

Особа 19: *«В мене питання – як же, ніби-то, створюючи економічні умови, не цінуємо і не бережемо те що маємо?! Чому з такою легкістю даємо*

можливість банкрутувати? або вбиваємо підприємницький настрій і волю???» Тут мовець ставить риторичні питання, які мають яскраве емоційне забарвлення, яке створюють поєднані знаки питання та оклику й три знаки питання в останньому реченні.

Особа 20: *«Конкурентну перевагу над ким!? У нас нема виробників, що спроможні конкурувати з ессо чи найком... чи ви мали на увазі що їх завод у нас буде конкурувати з їх же заводом в туреччині?! Реально!?)»))))) але у нас є продавани, які накручують на одиницю товару ще й свій немаленький інтерес».* У цьому коментарі мовець також вдається до риторичних питань, іронізуючи над опонентом. Знак оклику, що його вживає мовець разом зі знаком питання, свідчить про високий ступінь здивування недолугістю співрозмовника та передає іронію, яку підкреслюють декілька закривальних дужок – «веселих» емотиконів. Наприклад:

Особа 21: *«Ручне керівництво, людьми без досвіду і знань призводить до колапсу!!!!».* Яскравий приклад застосування синграфемних засобів – чотири знаки оклику, що передають найвищий ступінь емоційності, обурення. Сама ж репліка сприймається як крик.

Особа 22: *«Гонтарева виїхала тому, що захистити її життя в Україні не було жодної можливості! Що найцікавіше, так це те, що лайно про неї розмазують ті, хто ні до тих банків відношення не має, ні жодного уявлення про те, як працює банківська система не має! Їм просто її фізіономія не подобається! Ну, і найголовніше! То ж було за Порошенка!!! Тому правда нікого не цікавить!».* У цьому дописі мовець кожне речення завершує знаками оклику. Очевидно, він намагається передати свій внутрішній стан – стан обурення. Для нього важливо, щоб опоненти почули не просто його аргументи, а й його інтонації, його крик.

Особа 23: *«!!!!!!!»* Дуже специфічний коментар, у якому використані самі знаки оклику. Він має лексичне та фонаційне значення: це дуже емоційне схвалення того, про що йшла мова в дописі, а саме про те, який насичений був

день, проведений дописувачем-народним депутатом у Харкові. Дійсно, для такої реакції комунікантом використано достатні засоби.

Багатокрапку застосовують на письмі для позначення незавершеності думки, паузи, замисленості тощо. Крім того, багатокрапка вказує на емоційне збудження мовця. Однак у мовленні в інтернеті застосування багатокрапки (їх подекуди вживають більше трьох) порушує усталені правила пунктуації, і використовують її для означення будь-якої паузи в мовленні, під час якої в живому спілкуванні комунікант вдався б до емоційного жесту або міміки (інколи речення починається багатокрапкою, що свідчить саме про це – автор починає з уявного жесту, що закликає до уваги). Збільшення кількості крапок означає посилення значення – тобто пауза стає більш драматичною. Наприклад: Особа 24: *«Так, але..... Батьківський комітет в школі- 1.5- 2 тис.грн, лікар- 1.0 тис. - 3 тис., фізіотерапія(прогрівання)-300грн/5 сеансів, реанімація- 4 тис. /день, народження дитини- 5 тис., комуналка 3-х кімн.квартири- 3 тис, навчання дитини в інституті- 30 тис.грн/ пів. Року. Знімок в рентгенкабінеті- 100грн., садик- 500 грн... Тобто, на кожному кроці ти платиш ЛВ, які ніде не враховуються в деклараціях. Зарплата- 10 тис.грн, з них 58% податків... Про що мова? Тінь- це виживання і пристосування до реалій життя».* Тут багатокрапки передають драматичні паузи, які покликані підкреслити сказане та загалом передають обурення та хвилювання мовця.

Особа 25: *«...я тут бачу всі дуже хотіли Суркісам забашлять...))».* Репліка починається з трикрапки – драматичної паузи перед виступом, що може поєднуватися з уявним жестом, яким мовець привертає до себе увагу аудиторії. Чотири крапки та три закривальних дужки свідчать про небажання мовця розкривати далі свою думку та його іронію, що з огляду на застосування зниженої лексичної одиниці («забашлять» – заплатити), більш тяжіє до сарказму.

Особа 26: *«Необхідно передбачити 100% компенсацію інвестицій і пазл складеться...))».* У цьому прикладі трикрапка, поєднана з трьома закривальними дужками, передає певний завершальний жест (наприклад, розведення руками) та іронічну посмішку.

Для виділення слів, що їх мовці застосовують у незвичному значенні або для підкреслення власної іронії, застосовують факультативні лапки. Цей засіб передає й логічний наголос у репліці. Наприклад:

Особа 27: *«Гонтарева вже давно не працює в НБУ, <...> а коментатори зі «знанням» справи розказують про «нагребла» і «накрала»(((».* Взяті в лапки слово «знанням» передає сарказм, оскільки має в даному випадку зворотний смисл, а отже свідчить про несприйняття мовцем позиції опонентів. Автор коментаря звинувачує співрозмовників у невігластві або заангажованості. А взяті в лапки слова «нагребла» і «накрала», які хоч і передають цитату, проте передають радше злу інтонацію, з якою автор «промовляє» ці слова.

Особа 28: *«**Расследовать**» нема чого <...> Були знешкоджені чисельні кишенькові та фейкові «банки» і так звані «банки-прокладки» для фінансових афер, саме через це піднявся вереск і вонь! Саме через тупість нашого гробаного «населенія» українці годують Льонь Голубкових та усілякі МММи і ненавидять тих, хто намагається керуватись здоровим глуздом».* Взяті в лапки слово «*расследовать*» – російськомовне слово, написане за правилами українського правопису, вжите у відповідь на російськомовну репліку, несе саркастичне навантаження, мовець глузує над опонентом. Тій же меті слугує й слово «населенія», що вжите з принизливим епітетом, також взятим з російської мови, який вживають у маргінальних колах з інвективною метою – «гробаного» – мерзенного. Слова «банки» та «банки-прокладки», поєднані з інвективною лексикою коментаря, передають найвищий ступінь емоційності мовця та його налаштованість на конфлікт.

Комуніканти у мережі «Фейсбук» позбавлені можливості варіювати оформлення берегів тексту своїх дописів та коментарів, тому **топографемні засоби** ними не можуть бути використані.

Проте, досить часто використовують **архітектоніку тексту** – розділення його на певні частини, написання речень з абзацу, що надає можливості зробити його наочним, чітко передати емоційність та виділити найважливіші на думку

мовця моменти, надати можливість читачеві-опонентіві їх легко зчитати та зрозуміти посил комуніканта. Наприклад:

Особа 29: *«Бідуєте???)*

Скільки вона у вас викрала?

В суд вже подали? Позов виграний?». Кожне речення починається з нового абзацу. Ці речення є короткими чіткими питаннями, у такій архітектоніці вони справляють певний тиск на інших учасників дискусії та часто звучать як звинувачування у суді.

Особа 30: *«Якраз вчора вранці прочитала не один допис в фб про те, що в тому ж Києві зустрічаються вздовж центральних вулиць одні і ті ж надписи -ОРЕНДА, ПРОДАЖ.*

Це там, де раніше і мови не могло йти про вільні приміщення.

А ще була емоція в цих дописах про те, що це відчуття колапсу і повної безнадії.

Тому, в мене питання – як же, ніби-то, створюючи економічні умови, не цінуємо і не бережемо те що маємо?! Чому з такою легкістю даємо можливість банкрутувати? або вбиваємо підприємницький настрій і волю???)».

Завдяки розбиттю на абзаци текст дуже легкий для сприйняття. Риторичні питання в кінці коментаря посилюють емоційний вплив на читача, крім того, мовець вдається до градації – стилістичного прийому, що передбачає поступове нарощення емоційної напруги.

3.4. Стилiстичнi засоби увиразнення дискусії

Дописи та коментарі віртуальної полеміки досить багаті на стилістичні засоби, які називають риторичними фігурами та тропами. Проаналізуємо найуживаніші з них.

Епітети (художнє означення предмета або події, що допомагає виразити сутність та надає емоційну характеристику) в інтернет-полеміках мовці вживають не досить часто. Їх вживання мовцями в багатьох випадках пов'язано з метою тролінгу опонента або дискредитації його позиції. Наприклад:

Особа 1: «Пані Ніно, **страшна біда** з новим звітом за 1 кв 2021 « ЄСВ+ ІДФ» <...> Ми з Вами вже піднімали питання цього **недолугого Звіту** місяць тому. <...> Ймовірно і новий звіт по ФОП-ТМЦ має таку **пародійну конструкцію**. Панове депутати, ми і так вже задушені СМКОр ПДВ та податковими, задушені якимись **пустими перевірками**, всі щось хочуть від підприємця і бухгалтера, а сама Держава (КМУ) не гідна **людську табличку Звіту на сайт розмістити**». У цьому коментарі мовець застосовує цілий ряд епітетів: *страшна біда, недолугий звіт, пародійна конструкція, пусті перевірки, людська табличка* (мається на увазі, що на думку мовця держава в особі чиновників Кабінету Міністрів України не здатна або не бажає схилитися до потреб підприємців. Епітети роблять промову емоційною та дуже виразною, а їхнє знижене та гротескне значення передає сарказм та робить згадувані мовцем реалії гротескно безглуздими і потворними.

Порівняння у віртуальній полеміці – не дуже популярний засіб. Наприклад:

Особа 2: «В черговий раз переконуюсь, що якщо б вони взагалі нічого не робили, то з них була би більша користь <...> **Вони як цей водій легковика, дивляться і рухаються туди, куди їм вкажуть** 🙌 ». З метою посилення емоційності коментаря, автор вдався до порівняння реформаторів економіки з недолугим водієм, який не думає, а лише виконує команди. Отже, мовець переносить цю характеристику і на об'єкт своєї промови – власне реформаторів.

Особа 3: «У нас **безліч** пільг імпортерам одного/другого, рай в для торговців/айтішників, книговидавців, зелених а для виробників-експортерів (базису) абсолютно нічого немає! **От вони як динозаври і вимирають**». Фраза «вмирають як динозаври» належить до метафор, однак вона є і простим порівнянням, що означає незворотність зникнення чогось, а саме – виробників-експортерів. Яскраве емоційне забарвлення цієї фрази, як і знак оклику, і гіпербола «безліч» слугують вираженню збудження та особистої образи мовця.

Алегорія або іносказання, інакомовлення (перенесення властивостей та характеристик одного предмета чи явища на інший для кращого відображення образу), досить поширене в інтернет-полеміках. Наприклад:

Допис розмістила Особа 4: *«А що стосується ПДВ, так взагалі **«розрив шаблонів»**. Що це за явище таке відбулося? »* Шаблон – це повторювана реакція людини на певну дію або зразок, за яким виготовляють щось. Стійкий вираз «розрив шаблонів» означає зникнення того самого зразка, у переносному значенні – потрапляння людини в ситуацію, де напрацьовані реакції на ті чи інші зовнішні обставини перестають бути ефективними, людина не знає, як себе поводити. Мета мовця – залучити увагу опонентів до порушеної проблеми.

Особа 5: *«Необхідно передбачити 100% компенсацію інвестицій і **пазл складеться...**)»*). Пазли – це інтелектуальна гра, яка полягає у відтворенні картини з безлічі фрагментів. Фраза «пазл складеться», що її вживає автор коментаря, означає, що слідування його рекомендації миттєво вирішить складне економічне питання.

Гіпербола – це художнє перебільшення фактів. В аналізованих діалогах мовці вдаються до гіпербол нечасто, оскільки гіпербола надає надто яскравого забарвлення мові, що загалом доречно лише в деструктивних суперечках. Наприклад: Особа 6: *«Дуже заважає вкрай незадовільна робота ДСА, яка не фінансує суди змушує суддів **всіми правдами і неправдами** залишати позови без руху, щоб саме позивач надсилав опонентам копію позову»*. Мовець у коментарі вживає гіперболу «всіми правдами і неправдами», чим надає своєму висловлюванню образності та емоційності, досить важливих у інтернет-полеміці.

Метафора (або приховане порівняння) – це художній троп, що полягає у вживанні слів у переносному значенні задля створення певного стилістичного ефекту. Цей засіб дуже часто вживають в інтернет-полеміках. Наприклад: *«У Зеленського і його компанії, вже земля під ногами горить»*, *«Розмір економіки визначає ємність ринків, прибутки бізнесу, зарплати людей. А ще якість освіти, медицини, обороноздатність. І «вагу» країни на міжнародній арені теж»*.

«Вага країни» – це метафора, що означає місце країни в світовому рейтингу за певними критеріями. Вжиття такого образу увиразнює текст допису, додає йому емоційності та сприяє залученню до дискусії опонентів, знижуючи рівень полеміки з наукового, що не всім до снаги, до науково-професійного.

Прикладом метафори також є в тексті наступного допису *«А от у Львові за таке до Садового Набу з підозрою приїхало:»* Діюча редакція закону про ІП дає лише одну опцію - можливість позаконкурсно безаукціонно **«викроїти шмат держземлі, назвавши його ІП»**. У цьому коментарі мовець вживає дві метафори. Перша: «А от у Львові за таке до Садового НАБУ з підозрою приїхало» (Слова «НАБУ (Національне антикорупційне бюро України) приїхало» вжито тут у значенні «співробітники НАБУ приїхали», слово «підозра» означає процесуальне рішення, яке приймається на стадії досудового провадження та ґрунтується на зібраних під час досудового розслідування доказах та сам документ з підозрою, яку співробітники мають вручити підозрюваному, а не іменник, що означає недовірливе відношення до когось або чогось). У поєднанні з веселим емотиконом це речення передає зловтіху мовця. Загалом, це сарказм, який посилюється другим реченням, у якому вжито інвективу, складовою якої є метафора «Викроїти шмат держземлі», що переносить дію, яку виконує кравець із тканиною, на інший об'єкт – землю, яку можна схожим чином ділити. Метафори ці посилюють емоційність репліки та передають сарказм мовця.

Іронія – один із способів комічного відтворення дійсності, що містить у собі приховане глузування та лукавство над фактами чи людьми. Найпоширеніший засіб, що його застосовують у полеміках, як конструктивних, так і деструктивних. Наприклад:

Особа 9: *«Германцев **ще той** економіст»*. Висловлюючи іронічне зауваження на адресу відомої особи, мовець навмисно з метою запобігання звинуваченням називає не правильне, а схоже прізвище. Епітет, «ще той», що характеризує цю особу як професіонала, має негативну конотацію.

Особа 10: *«За той треш, що цей пан регулярно видає в ефір, його вже давно час прилаштувати кудись на Фрунзе, 107, що в Києві 🤪»*. Мовець вдається до злої іронії, яка, проте не переходить у відкриту інвективу. Евфемізм «Фрунзе, 107, що в Києві», означає психіатричну лікарню, яка розташована в Києві саме за цією адресою. Отже, мовець вважає певну відому особу божевільною, відмовляючи їй тим самим у праві на ухвалення рішень.

Антитеза – це засіб зіставлення об'єктів, що протилежні за своїм лексичним значенням. Цей стилістичний прийом вживають обмежено. Іноді антитеза імпліцитно впливає з висловлення, хоч мовець не вживає антонімів, наприклад: *«Люди по мусорках риються, а ці свині крадуть як в останній раз, скільки можна безсовісні всі тварі використовувати бідність заради політичних своїх амбіцій і думати, що Бог вас всіх не покарає?»*. Мовець вдається до антитези, протиставляючи бідних людей, які «риються на смітниках» та владарів, що не перестають красти. Автор використовує алегорії для позначення цих протилежних верств населення – владарі – це «свині, які крадуть як в останній раз» (причому цей вислів, що означає грабунок у надвеликих розмірах, є й гіперболою), а для позначення бідних – алегорію «риються по мусорках (смітниках)». Цим він досягає (або намагається досягти) перлокутивного ефекту – викликає у опонентів обурення, відчуття сорому та бажання змінити цей порядок речей.

Інверсія – це нетипове розташування слів у реченні, що сприяє наголошенню певних компонентів. Її широко застосовують в інтернет-полеміках: наприклад: *Якби при Зеленському почалася агресія росії, то на Банковій – майорів би уже російський триколог. Цеж потрібно так докеруватися країною – що свідомі люди не вірять їм жодному слову. Про що можна вести мову – коли голова парламенського комітету Гетьманцев та другі Зелени урядовці та депутати – усі свої свої виступи зводять до критики «попередників», та цей путаються в цифрах, беручи все з «потолка». Шановні- а деж ваші бодай якісь досягнення перенести до звертань? А заява Дубінського....., нові плівки Лероса (розкрадання через бакановське СБУ та*

наркоманія зепрідента)... Сподіваюся на ранню весну, щоб скоріше посадити зелень». У цьому коментарі майже в усіх реченнях з метою емоційно-сміслового увиразнення своєї думки мовець застосовує інверсію – незвичний порядок слів. Це сприяє акцентуванню уваги саме на тих словах, що їх мовець ставить в кінці речення – саме таким чином читач сприймає логічний наголос. Завдяки цьому сарказм мовця досягає перлокутивної мети.

Градація – це стилістична фігура мовлення, що полягає в нарощенні або, навпаки, пригніченні емоційного значення. Наприклад:

Особа 13: *«Це жах!!! Що робити??? Ще одна хвиля Ковіду нас може просто добити ...(((»*. Наведений текст містить поступовий спад емоційного піднесення, автор переходить від оклику до риторичного питання того ж емоційного напруження, а закінчує репліку розгубленою паузою, три відкривальних дужки символізують крайній ступінь пригнічення.

Особа 14: *«Це правда. Бо ситуація і медицині і в економіці жахлива. А ще і державний менеджмент такай!!!!»*. Тут мовець застосовує зворотний тип градації – емоційне напруження зростає. Чотири знаки оклику символізують найвищий ступінь збудження, абсолютне несприйняття ситуації мовцем та у поєднанні з мовними засобами передають гидливий вираз його обличчя.

Панегірик, або урочиста промова (різке звеличення людини або явища). В інтернет-полеміках дуже зрідка вдаються до панегірика, тому що переважає критичне ставлення до проблем та опонента. Наприклад: *Пані Ніно, страшна біда з новим звітом за 1 кв 2021 « ЄСВ+ 1ДФ» <...> Бухгалтери читають Вас, і бачуть що Ви – ЄДИНА, хто розуміється в питаннях звітності, нарахувань і відображення в кабінеті платника. Чесне слово, звонять і просять хоча б до Вас звернутись. <...> ДО_ПО_МО_ЖІТЬ пані Ніно Петрівна*. Цікаво, що у віртуальних дискусіях панегірик можуть вживати іронічно в рамках стратегій тролінгу та флеймінгу для введення опонента в оману. Проте в наведеному прикладі констатуємо щире захоплення і звеличення, напевно, тому, що значною мірою саме від цієї людини залежить прийняття або неприйняття законів, які визначають діяльність підприємців, а отже й їхній добробут.

Оксиморон (поєднання слів, кожне з яких виражає протилежне значення) використовують в інтернет-полеміках зрідка, ситуативно. Наприклад:

Особа 16: *«Ніхто, особливо економісти, не розуміють, що відбувається зі світовою економікою <...> Економісти - це «вчені ідіоти» (idiots savants) нашого часу. 😊»*. Мовець вживає два оксиморони. Якщо авторство першого належить йому, то другий достатньо відомий. На цій парадоксальності він будує свою промову, доводячи, що сучасні економісти не здатні навіть зрозуміти свою професійну сферу, а отже відмовляє їм у праві займатися економікою. Повчальний ефект посилюється іронічним тоном інтелектуала, який звертається до не досить освіченої аудиторії.

3.5. Порухення норм як свідомий або мимовільний прийом увиразнення думки у віртуальних полеміках

Враховуючи те, що специфікою інтернет-дискусій є змішаний тип усно-письмового мовлення, застосування прийому «порушення норм» засобом посилення впливу реплік учасників дискусії на їхніх опонентів та на тих, хто стежить за дискусією. Порухення норм в писемному та усному мовленні передбачає навмисне або мимовільне недотримання загальноприйнятих правил реалізації мовної системи.

Характерним для аналізованих в цьому дослідженні діалогів є те, що в основних своїх дописах мовці майже не порушують літературні норми української мови, а от в коментарях до дописів це трапляється досить часто. Окрім можливої безграмотності мовця, застосування ним суржику (хоча, як правило, на професійних форумах спілкуються люди освічені), мовні норми порушуються комунікантами навмисно з метою зачепити опонента, викликати флейм.

Тобто порушення норм – це чіткий маркер деструктивної налаштованості мовця. Наприклад: *«Или окончанием срока действия договора ипотеки». У большинства договоров как основных так и ипотечных есть такой пункт*

или часть пункта «дiє до повного належно виконаного основного зобов'язання». Багато хто помилково вважає що дата останнього платежу що вказана в договорі та графіку це і є капут дії основного і договорів забезпечення. Це лише для тих у кого у договорах нема – дiє до повного належно виконаного основного зобов'язання».

Характерний приклад порушення мовних норм на форумах у інтернеті – одночасне вживання української та російської мов. Багато мовців є російськомовними, а формат інтернет-спілкування дозволяє робити дописи й коментарі будь-якою мовою. Трапляється так, як і в живій розмові: людина чує питання тією мовою, якою зазвичай не користується (але добре її розуміє та говорить), та починає відповідати тією ж мовою, а згодом переходить на звичну для себе. Саме в цьому ми вбачаємо причину «перемикання кодів».

Особа 10: *«Когда им сделан ЦУГЦВАН (в переводе = *ер вам в ближайшие годі, а не задоволення, вони згодні сьогодні по 3 рубля но сегодня чем хрен его знает лет но по 5 рублей как говорил Райкин 🌍). I это не теория а уже подтвержденный факт но пока не у моих родственников. Как в песне «ПоДождем твою мать поДождем» !».* В даному коментарі слово «цугцванг» написано з помилкою. Вжито одночасно дві мови – українську та російську, не переключено розкладку клавіатури та написано російські слова українськими літерами, тими, що розташовані на тих же клавішах, де розміщені російські, тому замість «э» вжито «е», замість «ы» – «і», слово «сделан» написано з помилкою. Загалом коментар є суцільною образою читача, інвектива в ньому посилена лайливою лексикою. Це типовий тролінг, мета мовця – розвага.

Особа 11: *«Пішов ти в сраку зі своїми законами».* Автор порушив літературну норму, написавши слово «своїми» не з буквою «ї», а з «і». Це зумовлено, очевидно, знервованістю мовця, якого зачепив допис щодо змін у законодавстві, які суперечить цінностям цього мовця.

Узагальнюючи вищенаведене можна висновувати, що порушення норм може мати низку виявів і причин: незнання правил, лінощі, неуважність, побутова двомовність, відсутність української розкладки на клавіатурі. Метою

таких порушень, як правило, є бажання дописувача надати емоційного забарвлення сказаному, зацентувати увагу читача на певних моментах. Однак передумовою таких порушень також може бути і відвертий вияв неповаги до опонентів, іронія, а відтак – тролінг.

Висновки до розділу 3

Лексична специфіка інтернет-полемік полягає у широкому застосуванні вузькоспеціальної термінології, що полегшує комунікацію спеціалістів та слугує своєрідним бар'єром від участі непрофесіоналів.

Від офіційних полемік віртуальну відрізняє наявність сленгових слів: загальноприйнятих для інтернет-спілкування (*тегнути, забанити, лайкнути*), а також професійного сленгу (*дека, податкова, ПДФО*). Сленгізм надають спілкуванню невимушеності та легкості.

Емоційна лексика в інтернет-полеміках на економічну тематику вживана з метою пожвавлення дискусії, висловлення схвалення чи несприйняття позиції опонента або самого об'єкта суперечки, а також у випадку дотримання мовцем стратегій і тактик тролінгу та флеймінгу.

Застосування різних типів речень в тексті інтернет-полемік має змістове значення: розповідні використовують в основних дописах, питальні й спонукальні речення покликані посилити емоційність дискусії, залучити ширше коло опонентів, розставити акценти на найбільш важливі для учасників аспекти обговорюваної проблеми. Побудова тексту у вигляді простих речень (двоскладних й односкладних, поширені й непоширені) залежить від стилю мовця, схильності до побудови складних речових конструкцій, застосування громіздких зворотів, що часто є характерним для науковців.

Побудова коментаря у формі повних або неповних речень, а також складних речень свідчить про емоційний стан мовця в момент написання тексту, його індивідуальний стиль висловлювання, наявність чи відсутність достатнього часу, щоб перевірити та перечитати власний допис.

В інтернет-полеміках застосовують як прямий, так і зворотний порядок слів у реченні, частим є використання інверсії. Здебільшого тексти характеризуються зв'язністю, мовці будують кожне наступне речення висловлювання з урахуванням попереднього за законами логіки, зв'язок між реченнями формують за ланцюговим типом.

В усно-писемній мові інтернет-форумів мовцям використання традиційних мовних засобів часто здається недостатнім для передання емоцій та особливостей мовлення. З метою посилення змістового впливу на співрозмовника комуніканти широко застосовують графічні засоби, які дуже влучно та точно передають важливу для розуміння тексту інформацію.

Порушення мовних норм – поширена особливість віртуальних полемік, зумовлена неофіційним характером спілкування, захопленістю дискутантів, їхнім незнанням правил чи неуважністю. Найчастіше в текстах інтернет-полемік трапляються орфографічні та пунктуаційні помилки (брак ком).

В інтернет-полеміках мовці досить часто вдаються до застосування різноманітних стилістичних засобів увиразнення дискусії, зокрема до риторичних фігур та тропів. Епітети застосовують для посилення емоційного забарвлення сказаного та для акцентування уваги на певному аспекті обговорюваної проблеми, порівняння – для забезпечення більшої наочності та зрозумілості висловленого, алегорії – для візуалізації міркувань, гіперболи – для посилення значущості сказаного, метафори, іронія, антитези, інверсію, градацію, панегірик та оксиморон – для надання тексту більшої яскравості, емоційності, зрозумілості, залучення до дискусії нових учасників.

ВИСНОВКИ

Спілкування та ведення полемік в інтернеті істотно вирізняється від інших форм комунікації дистанційністю учасників, оперативністю поширення інформації, публічністю, можливістю доступу багатьох учасників, анонімністю, нівелюванням статусних відмінностей між комунікантами, інтерактивністю, опосередкованістю, ситуаційною візуальною деконтекстуалізованістю через переважно письмовий характер онлайн-комунікації, креолізованістю (полікодовістю), архівабельністю, лабільністю мовлення, врахуванням мережевої етики (залежно від майданчика для комунікації), гіпертекстовістю, специфікою застосування графічних вербальних засобів, діалогічністю.

Переваги мережевого спілкування в наукових комунікаціях полягають у високій мобільності та можливості залучення широкого кола учасників, завдяки чому зростає і ефективність наукової діяльності. Крім того, наукове спілкування в мережі відрізняється від офіційного неформальним та довільним характером, відсутністю регламентів, яких необхідно дотримуватися в форматі офіційних дискусій, зокрема щодо стилю мовлення та мовних засобів.

Наукова полеміка в інтернеті може мати конструктивний або деструктивний формат. Її ефективність залежить від обізнаності комунікантів в певній галузі, знань з прикладної психології, здатності або нездатності йти на конфлікт, а також від правильного добору комунікативних стратегій і тактик, вчасного й умілого їх застосування. Конструктивність або деструктивність полеміки також залежить від налаштованості комунікантів: наявності в них інтенції розв'язання проблеми чи самоствердження, схильності до зациклення на особистих психологічних проблемах, отримання перемоги над опонентом, наміру принизити інших учасників та ін. При цьому досить поширеними є змішані формати полемік, у яких фіксуємо перехід конструктивного формату в деструктивний або навпаки. Аналіз професійних дискусій, що їх ведуть економісти та бухгалтери в мережі, засвідчив, що поділ їх на конструктивні та конфронтаційні (деструктивні), є досить умовним.

У конструктивних полеміках, метою яких є спільне встановлення істини, більшою мірою беруть участь експерти, що налаштовані конструктивно. Але майже в кожній такій дискусії трапляються учасники, що прагнуть потішити своє его та розважитися за рахунок менш розумних колег, а тому обирають деструктивні тактики товстого чи тонкого тролінгу та стратегію флеймінгу.

Найбільш вигідними і конструктивно спрямованими вважаємо такі комунікативні тактики:

1) тактики діалогічної стратегії: інтерогативна, інтродуктивна, спільного пошуку рішень;

2) тактики семантичної стратегії: апеляції до власних спостережень, досвіду, думок, ілюструвальна тактика, посилення на авторитет, компаративна, дефініційна, уточнювальна, акцентувальна (емфатична), узагальнювальна, доповнювальна;

3) тактики прагматичної стратегії: критики дослідницької позиції опонента, позитивної презентації дослідницької позиції опонента, самодискредитації, позитивної самопрезентації, маскування критики, деінтенсифікації критики.

Перешкоджають конструктивному формату спілкування стратегії некооперативної поведінки: ухилення від відповіді, дискредитації позиції опонента, декларування та стратегії тролінгу та флеймінгу: товстого тролінгу, тонкого тролінгу, ельфінгу, трикстеріанства, офтопінгу, переходу на особистості.

Деякі репліки поєднують тактики тролінгу з конструктивними тактиками, тому віднести їх до суто конструктивних або конфронтаційних не можливо. Критерієм уналежнення коментаря до синкретичних є застосування мовцем тактик діалогічної, семантичної або прагматичної стратегії поряд з іронічними або саркастичними зауваженнями, або навіть глузуванням та інвективами. У деструктивних коментарях мовці не вживають конструктивних тактик, можлива висока оцінка думки опонента – це мовне втілення тактики ельфінгу.

Найбільш деструктивною тактикою в конфронтаційних полеміках є тактика переходу на особистості, що відповідає стратегіям тролінгу та флеймінгу, її застосування призводить до руйнування діалогу або полілогу: звинувачені одне одним у невігластві, ображені опоненти не можуть більше далі бесіду.

Перетворити деструктивну полеміку в конструктивну можна за допомогою тактик діалогічної стратегії – інтерогативної, інтродуктивної та спільного пошуку рішень, а також до тактики деінтенсифікації критики, що належить до прагматичної стратегії.

Фахівцеві, який дбає про свій професійний імідж, варто дотримуватися діалогічної, семантичної та прагматичної стратегій і віддавати перевагу таким тактикам: інтерогативній, інтродуктивній, спільного пошуку рішень, апеляції до власних спостережень, досвіду, думок, критики дослідницької позиції опонента, позитивної презентації дослідницької позиції опонента та деінтенсифікації критики.

У бухгалтерських інтернет-спільнотах обговорюють останні зміни в податковому законодавстві, зміни в методології бухгалтерського обліку, проблемні питання відображення в обліку та оподаткування окремих господарських операцій. Оскільки ці питання пов'язані з додатковими викликами, з якими фахівці стикнулись в своїх щоденній професійній діяльності, в більшості випадків тексти інтернет-полемік на бухгалтерську тематику мають негативне емоційне забарвлення та сповнені негативною іронією, а часто мовці навіть переходять до вживання неформальної лексики. Інтернет-полемікам, які ведуть фахівці з економіки та бухгалтерського обліку, притаманний повний спектр мовних засобів.

У бухгалтерських дискусіях чимало специфічної термінології, що полегшує комунікацію спеціалістів та відлякує непрофесіоналів. Сленгова лексика надає дискусіям жвавості, неофіційності. Емоційна лексика забезпечує вияв схвалення чи несприйняття позиції опонента, а також сприяє тролінгу та флеймінгу.

Характерною мовною ознакою віртуальних полемік є порушення норм, зокрема плутання мов, коли учасник дискусії використовує одночасно дві мови, наприклад, записує українські слова російськими літерами, а російські оформлює за українським правописом. Найпоширеніші орфографічні та пунктуаційні помилки (брак розділових знаків). Порушення мовних норм може бути мимовільним, зумовленим безграмотністю, неухважністю або збудженням мовця, і свідомим, спрямованим на тролінг, дратування опонента.

Граматична специфіка інтернет-полемік полягає в застосуванні широкого арсеналу синтаксичних конструкцій. На відміну від офіційних наукових дискусій, віртуальні репрезентують майже всі типи речень, зокрема питальні, спонукальні, надміру ускладнені. Мовці застосовують прямий порядок слів у реченні, проте часто вони вдаються і до інверсії. Загалом віртуальним коментарям властива зв'язність, логічність, послідовність розвитку думки, як і офіційним науковим виступам.

Важливу роль в оформленні віртуальних полемік відіграють графічні засоби. Вони компенсують відсутність інтонування та паравербальних засобів, сприяють пожвавленню дискусії, увиразнюють ставлення мовця до обговорюваних питань.

В інтернет-полеміках економічної та бухгалтерської тематики мовці частіше, ніж в офіційних дискусіях, використовують стилістичні засоби переконання співрозмовника. До них належать епітети (забезпечують більшу виразність тексту), порівняння, алегорії (спрямовані на зацікавлення та приваблення учасників дискусії), гіперболи (посилують переконливість думки), метафори, іронію, антитези, інверсію, градацію (надають тексту більшій зрозумілості, демонструють емоційний стан мовця та його ставлення до обговорюваної проблеми), панегірик та оксиморон (додають мовленню барвистості й вишуканості). Найуживаніші серед стилістичних фігур у віртуальних полеміках алегорії, метафори, інверсія та іронія, обмеженіше застосовують порівняння, градацію, панегірик та оксиморон.

Отже, віртуальні полеміки на економічну тематику становлять специфічний жанр науково-популярної діяльності фахівців, що може бути корисним і привабливим за рахунок невимушеності й жвавості спілкування. Ефективність віртуальних полемік залежить від багатьох факторів і потребує в учасників наявності фахових знань та комунікативних умінь правильно обирати стратегії й тактики, швидко реагувати, переконливо висловлювати власну думку.

Виконане дослідження відкриває перспективи для зіставного комунікативного аналізу інших форматів наукової діяльності у віртуальному просторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Абдуллина Л. Р. Особенности троллинга в интернет-комментариях к новостной статье (на материале французского языка). *Вестник ВятГУ*. 2017. №11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-trollinga-v-internet-kommentariyah-k-novostnoy-statie-na-materiale-frantsuzskogo-yazyka> (дата звернення: 20.11.2021).
2. Афанасьєва О. М. Наукова полеміка: риторико-аргументативний аспект. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2013. Вип. 43 (1). С. 50–64. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2013_43%281%29_10 (дата звернення: 20.11.2021).
3. Баган М. П. Заперечення в сучасному українському комунікативному просторі: традиції і новаторство: монографія. Київ: Видавничий центр КНЛУ, 2021. 224 с.
4. Баган М. П. Експресивність сучасного українськомовного наукового дискурсу: межі можливого. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія*. 2017. Вип. 20, Т.1. С. 9–17. URL: DOI: <https://doi.org/10.32589/2311-0821.1.2017.120712> (дата звернення: 20.11.2021).
5. Балахонская Л. В., Быков И.А. Речевая агрессия в политических блогах радиостанции «Эхо Москвы». *Вестник СПбГУ. Язык и литература*. 2018. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rechevaya-agressiya-v-politicheskikh-blogah-radiostantsii-eho-moskvu> (дата звернення: 20.11.2021).
6. Баранов А. Н., Паршин П.Б. Воздействующий потенциал варьирования в сфере метаграфемии. *Проблемы эффективности речевой коммуникации: сб. обзоров*. Москва: ИНИОН АН СССР, 1989. С. 41–115.
7. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. Москва, 1979. 424 с.
8. Белла М. В. Соціально-комунікаційні особливості гіпертексту: дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.01. Дніпро, 2018. 182 с.

9. Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации. Київ: КНУ, 2003. 300 с.
10. Белова В. Ф., Матвеева Г. Г. Конструктивно-деструктивное общение (по материалам протоколов Бундестага и Европарламента). *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*. 2015. №20 (731). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konstruktivno-destruktivnoe-obschenie-po-materialam-protokolov-bundestaga-i-evroparlamenta> (дата звернення: 20.11.2021).
11. Білоус А. О. Особливості формування та реалізація полідискурсивності Інтернет-дискурсу. *Гілея: науковий вісник*. 2016. Вип. 112. С. 183–187. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2016_112_44 (дата звернення: 20.11.2021).
12. Бойчук Н. В. Поліпарадигмальний підхід до вивчення інтернет-дискурсу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*. 2014. Вип. 12. С. 200-202. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2014_12_55 (дата звернення: 20.11.2021).
13. Босак К. І., Сивак Л. М. Співвідношення понять «суперечка», «дискусія» і «полеміка». Етичні аспекти культури дискусій. *Молодий вчений*. 2016. № 4. С. 346–349. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_4_86 (дата звернення: 20.11.2021).
14. Броннікова Л. В. Комунікація в сучасній науці: нові засоби для виробництва знання. *Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія»]. Серія : Філософія*. 2015. Т. 257, Вип. 245. С. 38–42. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchduf_2015_257_245_9 (дата звернення: 20.11.2021).
15. Булатова Е. И. Сетевые коммуникативные стратегии: троллинг. *Вестник СПбГИК*. 2017. №2 (31). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/setevye-kommunikativnye-strategii-trolling> (дата звернення: 20.11.2021).

16. Булыгина Т. В. О границах и содержании прагматики. Изв. *АН СССР., сер. лит. и яз.* 1981. Т. 40. № 4. С. 333–343.
17. Бэрн Р., Ричардсон Д. Агрессия. СПб : Питер, 2001. 352 с.
18. Варламова Е. В. Особенности германского леворадикального Интернет-дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Москва, 2006. 26 с.
19. Велика І. О., Тупахіна О. В. Феномен «Інтернет-дискурс» у сучасній науковій парадигмі. *Science and Education a New Dimension. Philology.* 2017. V(39). Issue: 143. P. 61–64. URL: https://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/i._o._velyka_o._v._tupakhina_phenomenon_%E2%80%9Cinternet_discourse%E2%80%9D_in_modern_scientific_paradigm.pdf (дата звернення: 20.11.2021).
20. Вжещ Я. Л. Интернет-дискурс: проблема визначення поняття, особливості структури. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка.* 2012. № 14(249). С. 15–19.
21. Виноградова Т. Ю. Специфика общения в Интернете. *Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический аспект.* 2004. С. 63 – 67. URL: http://www.philology.ru/linguistics1/vinogradova_t-04.htm (дата звернення: 20.11.2021).
22. Винокур Т. Г. Диалогическая речь. *Лингвистический энциклопедический словарь* / гл. ред. В.Н. Ярцева. Москва: Сов. энциклопедия, 1990. С. 135.
23. Винокур Т. Г. Полилог. *Лингвистический энциклопедический словарь* / гл. ред. В.Н. Ярцева. Москва: Сов. энциклопедия, 1990. С.381.
24. Войскунский А. Е. Коммуникативный контакт и средства его установления. *Оптимизация речевого воздействия.* Москва: Наука, 1990. С. 128–152.
25. Волков А. А. Курс русской риторики: учебное пособие. Москва, 2001. 480 с.
26. Воронцова Т. А. Речевая агрессия: коммуникативно-дискурсивный подход : дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19. Челябинск, 2006. 296 с.
27. Воронцова Т. А. Троллинг и флейминг: речевая агрессия в интернет-коммуникации. *Вестник Удмуртского университета. Серия «История и филология».* 2016. №2. URL:

- <https://cyberleninka.ru/article/n/trolling-i-fleyming-rechevaya-agressiya-v-internet-kommunikatsii> (дата звернення: 20.11.2021).
28. Гніздечко О. М. Авторизація наукового дискурсу: комунікативнопрагматичний аспект (на матеріалі англомовних статей сучасних європейських та американських лінгвістів): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. К., 2005. 20с.
 29. Голик С.В. Науковий дискурс: основні напрями дослідження. *Сучасні дослідження з іноземної філології*. 2016. Вип. 14. С. 45–49. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Sdzif_2016_14_9 (дата звернення: 20.11.2021).
 30. Горина Е. В. Дискурс Інтернета: определение понятия и методология исследования. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Тамбов: Грамота. 2014. № 11 (41). Ч. II. С. 64–67.
 31. Грайс Г.П. Логика и речевое общение. *Новое в зарубежной лингвистике: Лингвистическая прагматика*. Вып. XVI. Москва: Прогресс, 1985. С. 217–237.
 32. Гришина Н.В. Психология конфликта. Санкт-Петербург: Питер, 2000. 464 с.
 33. Гришина Н.В. Психология конфликта. Санкт-Петербург: Питер, 2008. 544 с.
 34. Гудзь Н.О. Інтернет-дискурс – невід’ємна складова сучасної комунікації. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2013. Вип. 4. С. 228–232. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VZhDU_2013_4_49 (дата звернення: 20.11.2021).
 35. Давиденко Ю. Особливості функціонування сучасного інтернет-дискурсу. *Наукові записки [Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка]. Сер.: Філологічні науки*. 2015. Вип. 138. С. 47–50. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzs_2015_138_14 (дата звернення: 20.11.2021).

36. Дзюбіна О. І. Комуникативний аспект соціальних мереж Facebook і Twitter. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія: Філологічні науки*. 2016. № 2 (12). С. 218–222.
37. Дужникова А. С. Социальные сети: современные тенденции и типы пользования. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2012. № 5. С. 238–251.
38. Дускаева Л. Р. Троллинг в русскоязычных медиа. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. 2017. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/trolling-v-russkoyazychnyh-media> (дата звернення: 20.11.2021).
39. Зайцева М. О., Артеменко Т. М., Липко І. П., Міщенко В. Я. Нариси з лінгвістичного аналізу дискурсу: до проблеми типології та характеристики: монографія / за заг. ред. І.П. Липко. Харків: «БУРУН і К», 2014. 204 с. URL: http://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/MONOGRAFIJ_2014/Lupko_2014.pdf (дата звернення: 20.11.2021).
40. Зарубина Д. Спор, дискуссія, диспут и полеміка. *Наука и жизнь*. 2019. № 5. URL: <https://nkj.ru/archive/articles/36163/> (дата звернення: 20.11.2021).
41. Зацний Ю. А., Янков А. В. Інновації у словниковому складі англійської мови початку ХХІ століття: англоукраїнський словник: словник. Вінниця: Нова книга, 2008. 360 с.
42. Иванов Л. Ю. Язык интернета: заметки лингвиста. URL: <http://www.twirpx.com/file/751186> (дата звернення: 20.11.2021).
43. Ільченко О. І. Етикетизація англо-американського наукового дискурсу: автореф. дис. д-р філол. наук. Київ, 2002. 37 с.
44. Каптюрова В. В. Синкретизм монологу, діалогу та полілогу в Інтернет-комунікації. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2013. Вип. 43(2). С. 129–137. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2013_43%282%29_22 (дата звернення: 20.11.2021).

45. Карпа І. Я. Удосконалення техніко-тактичних дій кваліфікованих футболістів різного ігрового амплуа в окремих зонах ігрового поля: автореф. дис. ... канд. наук з фіз. виховання і спорту : 24.00.01. Львів, 2013. 20 с.
46. Карпенко М.Ю. Лінгвістичні особливості інтернет-дискурсу. *Мова*. 2016. № 26. С. 5–11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mova_2016_26_3 (дата звернення: 20.11.2021).
47. Кастельс М. Галактика Інтернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург: У-Фактория, 2004. 328 с.
48. Каустов А.В. Онтологія полемічного дискурсу: зіставний аспект (на матеріалі англійської та української мов). *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія : Філологія*. 2017. Т. 20. № 2. С. 98–109. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknl_u_fil_2017_20_2_14 (дата звернення: 20.11.2021).
49. Каустов А. В. Роль риторичних стратегій в організації полемічного дискурсу: зіставний аспект (на матеріалі англійської та української мов). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2016. 21 (2). С. 142–145. URL: http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v21/part_2/41.pdf (дата звернення: 20.11.2021).
50. Качинська К. А. Засоби Інтернет-комунікацій як важливий інструмент масової маніпуляції свідомістю. 2016. № 4. С. 71–84. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Infpr_2016_4_10 (дата звернення: 20.11.2021).
51. Компанцева Л. Ф. Інтернет-комунікація: когнітивно-прагматичний та лінгвокультурологічний аспекти : автореф. дис.... д-ра філол. наук: 10.02.02. К., 2007. 36 с.
52. Кудлаева А. Н. Типы текстов в структуре дискурса: автореф. дис.... канд. філол. наук. Пермь, 2006. 18 с.
53. Курьянович А. В. Опыт лингво-правовой характеристики конфликтной языковой личности (на примере анализа коммуникативного поведения

- троля в сетевій переписці). *Вестник ТГПУ*. 2018. №2 (191). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opyt-lingvo-pravovoy-harakteristiki-konfliktnoy-yazykovoy-lichnosti-na-primere-analiza-kommunikativnogo-povedeniya-trolly-a-v-setevoy> (дата звернення: 20.11.2021).
54. Литвинова Л. Наукова комунікація як складова науки державного управління. *Актуальні проблеми державного управління*. 2012. Вип. 4. С. 26–30. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdyo_2012_4_10 (дата звернення: 20.11.2021).
55. Ливицька І. Науковий дискурс: рівні та особливості аналізу. *Наукові записки. – Серія: філол. науки*. Вип. 96 (1). 2011. С. 381–385.
56. Лосєва І. В. Політична полеміка як жанр, наратив, дискурс. *Лінгвістика*. 2012. № 3(2). С. 144–151. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ling_2012_3%282%29_22 (дата звернення: 20.11.2021).
57. Лукашенко Н. Г. Іспаномовний Інтернет-дискурс: комунікативно-прагматичний та лінгвостилістичний аспекти (на матеріалі форумів з проблематики родинних стосунків): автореф. дис.... канд. філол. наук: спец. 10.02.05. Київ. 2006. 22 с.
58. Маслова Т. Б. Особливості наукового тексту та дискурсу. *Мова та література у полікультурному просторі*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Львів, 25-26 січня 2013 р. Львів, 2013. С. 92–96.
59. Маслова Т. Б. Типологія наукового дискурсу в сучасній мовознавчій парадигмі. *Англістика та американістика*: зб. наук. пр. 2012. Вип. 10. С. 39–43.
60. Мацько Л. І. Риторика: Навч. посіб. Київ: Вища школа, 2006. 311 с.
61. Мацько Л. І., Калита О. М., Поворознюк С. І. Комунікативна лінгвістика: навчально-методичний посібник. Київ: Вид-во Нац. пед. ун-ту імені М. П. Драгоманова, 2015. 256 с.

62. Мирская Е. З. Коммуникация в науке. *Вопросы философии*. 1969. № 8. С. 107–115.
63. Мирская Е. З. Современные телекоммуникационные технологии в Российской академической науке (Эмпирические исследования 1995–1999 гг.). *Науковедение*. 2000. № 3. С. 48–60.
64. Мирский Э. М., Садовский В. Н. Проблемы исследования коммуникации в науке. *Коммуникация в современной науке*. Москва: Прогресс, 1976. С. 5–24.
65. Мирумян А. Г. Социальные сети в системе массовой коммуникации. *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение*. 2015. Вып. 3 (164). С. 125–129. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-v-sisteme-massovoy-kommunikatsii> (дата звернення: 20.11.2021).
66. Михайлов А. И., Черный А. И., Гиляревский Р. С. Научные коммуникации и информатика. Москва: Наука, 1976. 436 с.
67. Нерян С.О. Аргументативний дискурс української інтернет-комунікації в соцмережах: лінгвопрагматичний аспект: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Одеса, 2020. 221 с.
68. Огурцов А. П. От социологии знания к социологии науки (20-30-е годы XX в.). *Современная западная социология науки: критический анализ*. Москва: Наука, 1988. С. 15–42.
69. Петухова О. І. Полемічний дискурс з погляду його мовного наповнення. *Лінгвістичні дослідження*. 2013. Вип. 36. С. 163–168. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpkhnpu_lingv_2013_36_30 (дата звернення: 20.11.2021).
70. Поварнин С.И. Искусство спора. О теории и практике спора. Петроград, 1923. URL: <https://evolkov.net/critic.think/povarnin/> (дата звернення: 20.11.2021).
71. Проскура К.П., Баган М. П. Полеміка в інтернеті: формати, принципи й мовно-стилістичні особливості (на матеріалі українськомовних ресурсів).

- «Світ цінностей і цінності у світі»: матеріали міжнар. студ. наук.-практ. відеоконф., м. Київ, 13-14 трав. 2021 р. Київ, 2021. С.181–183.
72. Радзиевская Т. В. Текстовая коммуникация. *Человеческий фактор в языке. Коммуникация. Модальность. Дейксис*. Москва: Наука, 1992. С. 80–109.
73. Рожков Ю. Г. Конститутивні характеристики наукового дискурсу. *Молодий вчений*. 2016. № 12. С. 378–381. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_12_93 (дата звернення: 20.11.2021).
74. Романов О. В. Онтологические и гносеологические проблемы философии Интернета (Генезис и синтез фундаментальных идей). URL: <http://www.dslib.net/ontologia/ontologicheskie-i-gnoseologicheskie-problemy-filosofii-interneta.html> (дата звернення: 20.11.2021).
75. Рыжков М. С. Прецедентные персонажи синхронного интернет-дискурса. URL: <http://lse2010.narod.ru/olderfiles/LSE2010pdf/LSE2010Ryzhkov.pdf> (дата звернення: 20.11.2021).
76. Словник української мови. В 11-ти т. Київ: Наукова думка, 1978. Т. 5. 840 с.
77. Словник української мови. В 11-ти т. Київ: Наукова думка, 1978. Т. 9. 916 с.
78. Соловей А. П. Виртуальные сообщества как особая форма социальной интеграции. *Психология, социология и педагогика*. 2014. № 6. URL: <http://psychology.snauka.ru/2014/06/3341> (дата звернення: 20.11.2021).
79. Сонин А. Г. Моделирование механизмов понимания поликодовых текстов: автореф. дисс. ... д-р филол. наук. М., 2006. 48 с.
80. Сонин А. Г., Мичурин Д. С. Эволюция поликодовых текстов: от воздействия к взаимодействию. *Вопросы психолингвистики*. 2012. С. 164–173.
81. Тимофеева С.В. Тренинг профессионально ориентированных риторик, дискуссий, общения: электронный учебно-методический комплекс. Красноярск, 2010. URL: http://kgau.ru/distance/mf_01/timofeeva-ritorika/index.html (дата звернення: 20.11.2021).

82. Томахів М. В. Англомовний науковий дискурс: сучасний стан та перспективи подальших досліджень. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2015. №5. 2015. С. 154–157.
83. *Философский энциклопедический словарь* / гл. ред.: Л. Ф. Ильичев, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалев, В. Г. Панов. Москва: Сов. энцикл., 1983. 840 с.
84. Хоменко І.В. Еристика – мистецтво полеміки : навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 280 с.
85. Чалова О.Н. Коммуникативные реакции на безоценочные реплики в научной дискуссии. *Вісник МДПУ імя І. П. Шамякіна*. 2011. №3 (32). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnyye-reaktsii-na-bezotsenochnyye-repliki-v-nauchnoy-diskussii/viewer> (дата звернення: 20.11.2021).
86. Чернявская В. Е. Лингвистика текста: Поликодовость. Интертекстуальность. Интердискурсивность: учебн. пособие. Москва: ЛИБРОКОМ, 2009. 248 с.
87. Шепітько С. В. Науковий віа академічний дискурс: питання типології. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов*. 2014. № 1102. Вип. 77. С. 76–80. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhIPG_2014_1102_77_14 (дата звернення: 20.11.2021).
88. Шпенюк І. Є. Лінгвокультурні особливості американського науково-академічного дискурсу. *Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи*. Київ: Логос, 2012. С. 288–296.
89. Юрина И. А., Бородулина Н. Ю., Макеева М. Н. Исследование социальных сетей в контексте лингвистики новых медиа. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2017. № 11(77). Ч. 2. С. 178–181. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-sotsialnyh-setey-v-kontekstelingvis-tiki-novyuh-media> (дата звернення: 20.11.2021).
90. Crystal D. *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. 272 p.

91. Lander J. M. *Inventing Polemic. Religion, Print, and Literary Culture in Early Modern England*. Cambridge : Cambridge University Press, 2006. 324 p.
92. Leech G.N. *Principles of Pragmatics*. London: Longman, 1989. 250 p.
93. Mayer C.H. *Interkulturelle Mediation und Konfliktbearbeitung*. Munster: Waxmann, 2004. 182 p.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Словник української мови: В 11 т. Київ: Наукова думка, 1970.
Т. I. 799 с.; 1971. Т. II. 550 с.; 1972. Т. III. 744 с.; 1973. Т. IV. 840 с.; 1974. Т. V. 840 с.; 1975. Т. VI. 832 с.; 1976. Т. VII. 723 с.; 1977. Т. VIII. 927 с.; 1978. Т. IX. 916 с.; 1979. Т. X. 658 с.; 1980. Т. XI. 699 с.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. Київ; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2005. 1728 с.
3. Словник української мови у 20 тт. / головний науковий редактор М. Русанівський. Київ, «Наукова думка», 2010. Т. 1. А-Б. 913 с.
4. Короткий словник молодіжних сленгізмів. URL: <https://sites.google.com/site/leksikologiafrazeologia/korotkij-slovník-molodiznih-slengizmiv-1> (дата звернення: 20.11.2021).
5. Ставицька Л. Українська мова без табу. Словник нецензурної лексики та її відповідників. Обсценізми, евфемізми, сексуалізми. Київ: «Критика», 2008. 456 с.
6. Oxford Advanced Learner's Dictionary / Edited by J. Turnbull. Oxford : OUP, 2010. 1796 p.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Романенко 2021 – Романенко Н. Допис. *Facebook*. Група бухгалтерів бюджетних установ. Дата публікації: 29.09.2021. URL: <https://www.facebook.com/groups/balans.budget/posts/2114167368737385> / (дата звернення: 16.10.2021).

2. Галасюк 2021 – *Facebook*. Галасюк В. Дата публікації: 14.04–5.10.2021. URL: <https://www.facebook.com/Halasiuk/> (дата звернення: 16.10.2021).

3. Громадський контроль банків 2021 – *Facebook*. Група «Громадський контроль банків». Дата публікації: 30.07–1.10.2021. URL: <https://www.facebook.com/groups/gromadskij.kontrol/> (дата звернення: 16.10.2021).

4. Клуб бухгалтерів «Дебет-Кредит» 2021 – *Facebook*. Група «Клуб бухгалтерів «Дебет-Кредит»». Дата публікації: 9.09–5.10.2021. URL: <https://www.facebook.com/groups/ClubOfAccountants/posts/879203349378980/> (дата звернення: 16.10.2021).

5. Лиховид 2021 – *Facebook*. Лиховид О. Дата публікації: 15.01–27.08.2021. URL: <https://www.facebook.com/groups/1024890174271807/user/100002422575195/> (дата звернення: 16.10.2021).

6. Южаніна 2021 – *Facebook*. Южаніна Н. Дата публікації: 4.01–6.10.2021. URL: <https://www.facebook.com/NinaIuzhanina> (дата звернення: 16.10.2021).

SUMMARY

Proskura K. P. Polemics on the Internet: formats, principles and linguistic and stylistic features (based on materials of Ukrainian-language resources)

Master diploma paper is dedicated to research of the features of Ukrainian-language professional economic and accountant polemics on the Internet.

In modern society, communication on the World Wide Web is becoming increasingly important. It has its own features that affect the style of speech, construction of phrases and sentences, selection of vocabulary and stylistic means of expression. An important area of communication with the use of Internet resources is polemics and discussion. Features of Internet polemics are anonymity and lack of personal contact between the participants, a more frank and expressive style of communication, the use of different tactics, applying of the specific lexicon, which is usually avoided in real communication.

The actuality of the research topic is determined by the strengthening of the Internet communications impact on the relationships in society and interpersonal relations, the need for their analysis, regulation and study of factors influencing this type of communication.

The aim of the work is to analyze the features of polemical speech on the Internet, to establish effective principles of its conduct and design.

The object of research is virtual polemics on economic issues (on Ukrainian-language Internet resources) whereas the subject is communicative strategies, tactics and linguistic and stylistic features of polemics on the Internet.

The paper consists of theoretical and practical parts and conclusions.

The research shows that polemics on the Internet may be constructive and destructive. Their effectiveness depends on the awareness of communicators in a particular field, knowledge of applied psychology, the ability or inability to go to conflict, as well as the correct choice of communication strategies and tactics and their timely and skillful application during the dispute. Constructive or destructive polemics depend largely on the willingness of communicators to seek the truth, or to affirm

himself and win over the opponent at any cost. A clear division of Internet polemics into constructive and confrontational (destructive) ones is quite conditional, as their elements are present in both types of disputes.

The analysis of linguistic and stylistic features of polemical speech on the Internet was carried out. It was found that the language of discussions is creolized and has an oral and written nature at once. There are only two genres in Internet polemics: a post and a commentary, which are syncretic but tend to be publicistic. These genres require speakers to use almost all stylistic means of expression: rhetorical figures and tropes. Vocabulary is characterized by the following features: the use of special economic and accounting terminology, professional and common slang; emotional vocabulary is most common in comments that are sarcastic or discrediting. Communicators use all types of sentences. The lack of non-verbal means (gestures, facial expressions and tone of voice) is supplemented by graphic means.

The results we obtained allow to continue and expand the study of the phenomenon of Internet polemics in linguistics, to analyze the use of different strategies and tactics and linguistic and stylistic features and develop the most optimal of them to increase the level and effectiveness of discussions, which is a means of collective truth.