

*Факторы успешного
и конфликтного общения в условиях
культурно-стилевого разнообразия
(на материале интернет-коммуникации)*

ТАТЬЯНА В. ЧЕРНЫШОВА
(Барнаул)

Утверждение в конце XX – начале XXI вв. в современной лингвистике принципов антропоцентризма позволило исследователям увидеть в текстах прежде всего человека во всех сторонах его бытия, а также ответить на вопрос о том, как человек воздействует на используемый им язык, какова мера его возможного влияния на него, какие участки языковых систем зависят от „человеческого фактора”. Особый интерес в этом плане представляют так называемые **публичные коммуникации**.

Публичные коммуникации функционируют в публичной сфере, которую можно охарактеризовать как „определенное пространство, в котором различные социальные системы, правительство, партии, профсоюзы, масс-медиа ведут общественную дискуссию и могут вступать в определенную оппозицию по отношению друг к другу” (Кривоносов 2002: 21–22); они являются признаком „демократического общества, предполагающего возможность свободного обмена мнениями между его членами, представляющими мнение определенной общественности, ее сегментов”, причем „частное мнение свободного индивида формирует мнение общественное, не зависящее от мнения свободной прессы” (Кривоносов 2002: 21–22).

Данное определение, как представляется, дает характеристику лишь одному направлению публичных коммуникаций – **официальному публичному взаимодействию** членов социума, представленному в виде письменной и устной публичной речи разнообразными газетными и журнальными изданиями, листовками, а также отдельными текстами, специально изданными для массовой аудитории в виде брошюр и т.п. изданий. „Специфической чертой письменной публичной речи является ее глубокая и разнообразная дифференциация по характеру аудитории: политические взгляды, пол, возраст, интересы, уровень культуры, характер занятий и др.” (Кривоносов 2002). В характеристике письменной публичной речи, в разнообразии ее культурно-стилевых и жанровых разновидностей подчеркивается ориентация таких текстов „на определенный сегмент ее целевой общественности [...] для так называемой публичной речи будет характерным ее ярко выраженный воздействующий характер” (Кривоносов 2002).

Однако не менее активное публичное речевое общение происходит и в другой публичной сфере, которую можно было бы назвать **неофициальным** публичным взаимодействием членов социума, осуществляемым в последние десятилетия нынешнего века посредством сети Интернет. Речь, представленная в интернет-коммуникации, сейчас активно развивается и привлекает пристальное внимание исследователей. Особенно большое внимание уделяется проблемам, связанным с формами реализации языковой личности в виртуальном пространстве, способам ее самопрезентации и речевого поведения (Сидорова 2006; *Интернет-коммуникация...* 2013 и др.) и т.п. И это не случайно. В статье *Философия стиля* Станислав Гайда отмечает: „Люди воздействуют друг на друга посредством языковых интеракций. В этих интеракциях рождается социальная действительность, а существовавшие до этого времени содержание и форма культуры сталкиваются с новыми, в том числе и творческими [...] действиями участников жизни” (Гайда 2014: 10).

Подобное речевое воздействие как разновидность речевой деятельности человека может быть описано с позиций коммуникативной стилистики, изучающей формы и способы речевого взаимодействия людей, виды их речевого поведения, способствующие или препятствующие реализации коммуникативного задания и цели общения.

Предметом изучения в таком случае, по-видимому, должна стать совокупность (или последовательность) речевых действий участников коммуникации, воплощенная в текст, позволяющая проследить **процесс** речевого взаимодействия и его этапы, либо приведшие к коммуникативной удаче (т.е. реализации авторской интенции), либо закончившиеся ситуацией речевого конфликта. Удобной „площадкой” для такого рода научных наблюдений, на наш взгляд, служат различные социальные сети, во множестве представленные в Интернете.

В качестве инструмента стилистического анализа использована категория **узуально-стилевого комплекса** как механизма языко-стилевого отбора, позволяющая описать систему стилистически значимого употребления языковых единиц „в реальном языке реальной эпохи” (*Стилистика русского языка...* 1987: 21), но взятая не изолированно, а с учетом экстралингвистических факторов, в частности – контекстов ситуации, на фоне которых разворачивается совокупность речевых действий участников публичного общения. Это **ментально-языковой** контекст, обусловленный рядом культурно-языковых факторов; информационный контекст, связанный с получением информации (событием), **социально-политический** контекст, характеризующийся изменчивостью и обусловленный политической системой общества и его идеологией (Чернышова 2007); наконец, **национально-культурный** контекст, определяемый историческими традициями и установками общества и определяющий нормы и правила поведения, в том числе и речевого, в процессе речевого общения (см. рис. 1).

Сопоставление двух видов публичного речевого общения – официального (тексты СМИ) и неофициального (социальные сети) – на фоне широкого социокультурного контекста в плане выявления их культурно-стилистического своеобразия и является целью данного исследования.

Материалом нашего рассмотрения являются тексты **средств массовой информации** (печатные, электронные), а также комментарии, оставленные пользователями **социальных сетей** („Одноклассники”). Речевое взаимодействие в этих сферах – **публичной официальной** (СМИ) и **публичной неофициальной/полуофициальной** – наряду с дифференцирующими особенностями (в частности, например, эти две сферы **различаются** по признаку официальности/ неофициальности; подготовленности речи/ спонтанности ее развертывания; заданности стилистического эффекта/ непредсказуемости результата речевого воздействия; наличия/ отсутствия



Рис. 1

одномоментной обратной связи с адресатом и т.п.), имеет и **общий стилеобразующий признак** – повышенный уровень **оценочности** продуцируемых текстов (как позитивной, так и негативной), которая часто провоцирует речевой конфликт и по-разному реализуется в каждой из указанных публичных сфер. Поэтому характер оценочности в рассматриваемых текстах представляется наиболее важным для их описания.

Оценочность **текстов СМИ** имеет особый стилеобразующий статус и определяется исследователями как **социальная**. Характер этой оценочности, которая может быть позитивной/ негативной, конструктивной/ деструктивной (псевдосоциальной) и т.д. (Чернышова 2013: 291–297), определяется таким важным элементом узуально-стилевого комплекса, как **коммуникативное задание** автора и направленность на создание **определённого стилистического эффекта**, обусловленного тем социально-политическим контекстом (ситуацией), в которой разворачивается социально значимая коммуникация, правилами речевого поведения в данной публичной сфере, стилеобразующими признаками медиакommunikации и т.п.

Так, изменение социально-политической ситуации в мире и в России в связи с украинскими событиями привело к изменению стилистической тональности газетных российских СМИ, хотя многие из них остались верны своей привычной стилистической тональности (например, газета „Коммерсантъ”, „Советская Россия” и др.).

Социальная сеть (от англ. social networks) характеризуется разработчиками как „интернет-площадка, сайт, который позволяет зарегистрированным на нем пользователям размещать информацию о себе и коммуницировать между собой, устанавливая социальные связи” (*Социальная сеть...*). Социальные сети объединяют людей, разных по национальности, вероисповеданию, профессии, социальному статусу, возрасту, полу и т.д. Основное предназначение социальной сети – создание условий для общения друг с другом напрямую, без использования дополнительных инструментов комментирования записей, выражения своего мнения. Социальная неоднородность участников социальных сетей требует от них особых навыков общения, умения переключаться с одного регистра на другой, знания психологии межличностного и одновременно публичного взаимодействия, умения предвидеть последствия того или иного речевого поведения. Очевидно, что подобное качественное разнообразие субъектов коммуникации также способствует провоцированию конфликтных речевых ситуаций, чаще всего вызванных оценочными суждениями участников интеракций.

Стилистическая тональность текста создаётся комплексом языковых и неязыковых факторов. Рассмотрим наиболее значимые из них.

1. Основой комментария в соцсетях, как и в официальных средствах массовой информации, всегда служит какой-либо **вербальный или невербальный факт (событие)**. Однако если в СМИ это, как правило, социально значимое событие, то в социальных сетях – это любой факт, событие, фотография, цитата и т.п., чем-то поразившие автора, пожелавшего выставить его на всеобщее обсуждение.

Например, в рассмотренных в данном сообщении материалах таким обсуждаемым фактом стали следующие: 1) фотография моркови в виде руки человека (19.08.2014), 2) фото с изображением нескольких сплетенных вместе морковок (8.05.2014) и 3) текст ироничного по своей сути высказывания, напоминающий молитву (13.07.2014) (см. рис. 2).

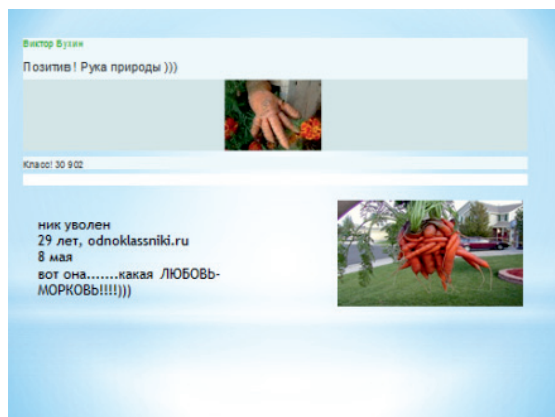



Рис. 2

2. Как правило, эмоциональная оценочность текста СМИ актуализирована уже в **заголовке**, особенно в информационных изданиях, а затем и в **содержании текста**. В отличие от текстов СМИ, **заголовочный комплекс** в текстах соцсетей преимущественно отсутствует, его функцию выполняет высказывание, содержащее предмет обсуждения, часто в сочетании с изображением, которое и становится поводом для обсуждения. Например, изображение необычной моркови, напоминающей кисть человеческой руки, снабжено надписью: „Позитив! Рука природы)))” (19.08.2014) (см. рис. 2); фото с изображением нескольких сплетенных вместе морковок сопровождается надписью: „вот она.....какая ЛЮБОВЬ-МОРКОВЬ!!!!))” (8.05.2014) (см. рис. 2). Позитивная оценка фотофактов поддерживается разговорной лексикой, синтаксисом, комбинацией знаков препинания, а также использованием „смайликов” – стилизованных графических изображений улыбающегося человеческого лица, используемых для передачи чувств и эмоций при виртуальном общении.

На примере первого изображения необычной моркови, напоминающей кисть человеческой руки, с надписью: „Позитив! Рука природы)))”, рассмотрим, как меняется стилистическая тональность комментариев при вступлении в обсуждения каждого из участников. Мнения участников, оставивших комментариев к данной фотографии, разделилось, с одной стороны, по шкале „прекрасно / безобразно” – в зависимости от того,

какие эмоции испытали участники обсуждения, а с другой, – по шкале „политизировано / не политизировано” (см. таблицу 1).

Таблица 1. Стилистическая тональность обсуждения в аспекте фактора адресата

«прекрасно»	не политизировано		политизировано
	<- ситуативно ->	«безобразно»	«положительно» - «отрицательно»
<p><i>Класс!</i></p> <p><i>Объеденье; А вот у меня морковочка попалась натуральная фига так я её так разглядывала ну чудо природы...; Просто диво дынное такое еряд ли где-то можно ещё увидеть;</i></p> <p><i>Пятёрочка!!!!);</i></p> 	<p><i>Ой!!!</i></p> <p><i>Афигеть!!!</i></p> <p><i>Офигеть; ох ничего себе.....</i></p>	<p><i>какой ужас! кроме жести ничего;</i></p> <p><i>какой ужас!; особенно угрожающе выглядит средний палец! самое главное ночью эту руку не увидеть!; страшная морковка; РУКА ЗАГРЕБУШАЯ...;</i></p> <p><i>МНЕ КАЖЕТСЯ ЭТО МУТАЦИЯ!!!; твщица рука после ласкания зятя <мужчина>; какой же это позитив? мутация!!!; фуу... блин.. я бы умирла прямо на ерядке.. такой ужасный урожай!;</i></p> <p><i>Жутковато))))); Честно? Даже в руки бы не взяла! Морковь - мутант! Неприятное зрелище, но это мое мнение, а колд - то нравится; фильм ужасов; Полюлю; она всех куда-то посылает! Уж очень средний выделяется; А я испугался. На руку из "злоевщих мертвецов" т-а-а-а-к смахивает. Прям рука одержимого демонами дедайтя прочитавшего книгу Некрономолон. Видно действительно в то время е штаны наложил; понимаю, что это морковь...но столько выдела у себя, в радиологическом онкологическом отделении и всё равно на душе скверно</i></p>	<p><i>Костя П. Знаменка, Украина</i></p> <p><i>рука твщица!!!</i></p> <p><i>Наталья К.(Амент) 53 года, Капниград-Озерск, Россия</i></p> <p><i>ответила Косте</i></p> <p><i>Путница нееее трогать!!!</i></p> <p><i>Это рука абам!</i></p> <p><i>Класс!</i></p> <p><i>Борис С. 53 года, Чита</i></p> <p><i>Ребята, бросьте бояться.</i></p> <p><i>Это лапа ПАРАШАню!</i></p> <p><i>Класс!</i></p> <p><i>Ирина К.ответила Борису 41 год, Черкассы, Украина</i></p> <p><i>А вы и в обсуждении морковки видите</i></p> <p><i>Порошенька Да уж, видно очень он вам нравится.</i></p> <p><i>Борис С. ответил Ирине</i></p> <p><i>Ира, это своего рода критика детоубийцы Как могу.</i></p>

1) Возможно, распределение по не политизированной оценочной шкале обусловлено психосоциальными особенностями участвующих в обсуждении, их способностью к образному восприятию действительности, литературными предпочтениями, профессиональными навыками т. д. Обраща-

ет на себя внимание то, что для комментариев представители разных социально-национальных групп пользуются в основном литературной формой русского языка (в том числе и разговорной) – таковы, например, фразы, используемые для выражения как положительной, так и отрицательной оценки изображаемого: „объедаенье, морковочка, чудо природы..., диво дивное, Пятёрочка!!!)”)”, с одной стороны, и „какой ужас! кроме жути ничего”; „такой ужасный урожай..”; „Жутковато)”)”; „Морковь – мутант! Неприятное зрелище”; „**прям** [прямо – разг. 1. Совершенно, действительно. 2. Как раз, именно точно (*Современный толковый...* 2001: 652)] рука одержимого демонами, Рука загребущая” [ср.: „руки загребущие: разг. неодобр. о жадном, алчном человеке” (Мокиенко, Никитина 2007: 319)] и др. Интересно, что отрицательных оценок в три раза больше, чем положительных.

Выход за пределы литературного языка наблюдается в таких высказываниях, положительная или отрицательная оценочность которых обусловлена ситуацией общения, например: „Афигеть!!!”, „Офигеть” [ср.: офигеть – „жарг., эвфем.” 1. Утратить способность адекватно оценивать ситуацию, сойти с ума. 2. Очень удивиться, поразиться чему-либо. 3. Шутл., жарг. = обалдеть” (Химик 2004: 414)]; а также в некоторых негативно-оценочных высказываниях: „фуу... блин...” [блин – „жарг., эвфем. выражение досады, раздражения, удивления, восхищения, одобрения и т.п.” (Химик 2004: 48)].

2) Не менее эмоционально-оценочно представлены и политизированные оценки изображения, в котором комментаторы увидели „руку” лидеров трех стран: России, Украины и США: „рука путина(((”. Негативная оценка выражается: 1) с помощью **вербального контекста** – отрицательной реакции комментаторов на предмет обсуждения (морковь в виде руки), содержащейся в предшествующих комментариях („какой ужас! кроме жути ничего”; „какой ужас!”; „особенно угрожающе выглядит средний палец!”, „самое главное ночью эту руку не увидеть!);”; 2) благодаря использованию смайликов: (((, обозначающих в данном случае глубокую печаль комментатора (Графические средства), графических приемов и комбинации знаков препинания: „Путина **нееее трогать!!!**”; 3) при помощи приема контраста – рука/ лапа, ср.: „рука путина(((”; „Это рука абама!”; „Это **лапа** ПАРАШАнко!”

Появление политизированной оценки при обсуждении неполитического события обусловлено рядом экстралингвистических факторов, среди которых ведущую роль играет глобальный **социально-политический контекст (социально-политическая ситуация)**, в который помещены все участники обсуждения: среди них есть и русские, и украинцы, и представители иных национальностей.

Однако неуместность появления такой оценки хорошо ощущается участниками и вербализуется в следующей фразе: „А вы и в обсуждении морковки видите Порошенка...”.

3. Как правило, в текстах СМИ автор всегда реализует определенное **коммуникативное задание**, добиваясь создания нужного стилистического эффекта в зависимости от предмета обсуждения, политики издания и аудитории, на которую оно ориентировано. В соцсетях такого рода коммуникативное задание (**целеустановка**), видимо, тоже присутствует, но оно часто имеет непреднамеренный, ситуативный, спонтанный характер.

В ходе развертывания обсуждения в соцсетях, как и в СМИ, могут реализовываться **разнообразные побудительные речевые акты** – в зависимости от характера обсуждаемого факта, психо- и социотипа коммуникантов, культурно-речевых навыков, цели вступления в коммуникацию: мольба, просьба, совет, рекомендация, предложение, предписание, требование, приказ, обвинение, угроза и т.п.

Так, в анализируемом обсуждении возникает конфликтная речевая ситуация, не переросшая в конфликт, как это часто случается, участниками которой являются жители г. Читы (Россия) и г. Черкассы (Украина), в высказываниях женщины реализуется речевой побудительный жанр иронического осуждения, мужчина предстает как типичный представитель аудитории современных российских СМИ:

Борис С. 53 года, Чита:
„Ребята, бросьте **боятся**. Это лапа ПАРАШААнко!”

Ирина К. ответила Борису 41 год, Черкассы, Украина:
„А вы и в обсуждении морковки видите Порошенка. **Да уж, видно очень он вам нравится**”

Борис С. ответил Ирине:
„Ира, это своего рода критика **детоубийцы**. Как могу”

4. Наконец, **структурно-логические и композиционные особенности** текстов СМИ также участвуют в создании определенной стилистической тональности текста: они ориентированы на фактор адресата и способствуют формированию различных авторских стратегий воздействия. Логическая схема комментариев в соцсетях напоминает классический ассоциативный эксперимент и укладывается в схему „стимул – реакция”, которая, однако, почти всегда носит эмоциональный или оценочный характер, а нередко перетекает в диалог двух или нескольких лиц. Так, в анализируемом обсуждении возможность одной из реакций (положительной) задается автором выставленного на обсуждение изображения: „**Позитив! Рука природы)))**” (см. рис 2), в котором ключевым является слово „позитив!” а также „смайлики”, обозначающие улыбку, радость в превосходной степени. Возможность другой, негативной, реакции, заложена в самом изображении: очевидно, что автор такой возможности не предполагал в силу каких-то своих личностных особенностей.

Композиционное развертывание комментариев, в ходе которых часто возникает конфликтная речевая ситуация, как правило, выстраиваются следующим образом: вербальный /невербальный факт – оценочные комментарии факта (позитивные и негативные) – **конфликт интересов коммуникантов, вызванный несовпадением оценки – снижение статуса оппонента инвектором с помощью отрицательно-оценочного высказывания – ответная реакция инвектума**, характер которой обусловлен его **общей и речевой культурой и уровнем владения языком-стилевым регистром публичного общения**.

Проиллюстрируем сказанное на другом примере ироничного по своей сути высказывания, напоминающего молитву (13.07.2014) (см. рис 3).

Данный текст, несмотря на начальные и конечные фразы, пронизан иронией. Сигналами иронии является организация композиции текста на основе конструкций причинно-следственного типа, использование приема параллелизма, а также стилистически не-нейтральная лексика и фразеология, например: „**супруг, который храпит по ночам**”; „**сын, который не шляется по улицам**”; „**За даму, которая ужасно орет вам в ухо**”; „**трубы, которые забиты**”; „**За гору стирки**”; „**будит вас ни свет ни заря**” и др.

Как указывает Э. Чепкина применительно к текстам СМИ, „в прагматическом аспекте использование иронии несет в себе определенную опас-



Андрей Золотухин
48 лет, Toronto

13 июля

Мы ДОЛЖНЫ БЛАГОДАРИТЬ БОГА: За супруга, который храпит по ночам: значит, он не у любовницы. За сына, который непрерывно смотрит телевизор: значит, он не шляется по улицам. За налоги, которые вы платите: значит, у вас есть работа. За посуду, которую нужно мыть после вечеринки: значит, у вас есть друзья. За одежду, которая становится маловата: значит, у вас достаточно еды. За вашу тень: значит, вокруг вас много солнечного света. За газон, который надо стричь, окна, которые надо мыть, трубы, которые забиты: значит у вас есть дом. За жалобы на правительство: значит у вас есть свобода слова. За место в самом конце паркинга: значит, вы ещё способны ходить, и мало того — у вас есть машина. За даму, которая ужасно орет вам в ухо: значит вы ещё способны слышать. За гору стирки: значит, вашей семье есть ещё что надеть. За усталость в конце дня: значит, вы ещё можете поработать на славу. За будильник, который будит вас ни свет ни заря: значит, вы ещё живы
Благодарение Богу!

Рис. 3

ность: сигнал может быть не опознан, или, даже обнаружив иронические коннотации, адресат не сможет их интерпретировать” (Чепкина 2000: 223). Буквальный смысл высказывания моделирует одних коммуникантов, для которых только этот смысл и является единственным. А сигнал иронии, который ставит под сомнение, опровергает первый смысл, моделирует других коммуникантов, понимающих сказанное противоположным образом. Иными словами, иронический текст требует от читателя интеллектуальной работы, читатель должен быть подготовлен к восприятию второй модели коммуникации. В противном случае речевое развертывание как в СМИ (Чернышова 2014: 236–242), так и в социальных сетях будет носить конфликтный характер.

Так, в приведенном выше „религиозном” наставлении речевой конфликт закладывается с первой фразы Любви Б.: „Я ‘с0 бог то тут при чём?” и после нескольких фраз участников и автора (Татьяна Ч.: „Бог-то Бог, но будь и сам неплох!” // Андрей З. ответил Любви: „А ОН всегда причем!” // Андрей З. ответил Татьяне: „Абсолютно!!!” // Любовь Б. ответила Андрею: „И где он?....Тешите себя иллюзиями чтоб не отвечать за собственную жизнь!” // Андрей З. ответил Любви: „Пусть даже и так!”) – перерастает в конфликтный диалог автора высказывания Любви Б. (Любовь Б.(К.) ответила Андрею: „Удачи))....мне с вами не по пути))”¹ // Андрей З. ответил Любви: „Спасибо! А я Вас сюда и не приглашал!!!”

¹ Здесь и далее выделено автором статьи.

// Любовь Б.(К.) ответила Андрею: „Это точно, но **тупость** так бросалась в глаза, что забрела чтоб сказать что я об этом думаю” // Андрей З. ответил Любви: „**Вы могли бы и промолчать! Но видимо захотелось нахамить? Мне то уж точно с Вами не по пути! Хамите у себя на страничке!!!**” [повышенная тональность высказывания обусловлена использованием оппонента лексемы „тупость” которая расценивается автором текста как грубый выпад против него и квалифицируется как хамство]. // Любовь Б.(К.) ответила Андрею: „**А Вам дает????Вы читали что написали???? МЫ ДОЛЖНЫ..... и этому кто то ставит класс и эта х..нь высвечивается на моей странице.....**” // Андрей З. ответил Любви: „У Вас есть выбор, сайт его Вам дает!” // Любовь Б. ответила Андрею: „Я воспользовалась своим выбором. Я высказала своё отношение к подобного рода высказываниям, на этом прощаюсь” // Андрей З. ответил Любви: „Если Вы не увидели легкую иронию в этой заметке, тогда извините! **Не всем это дано!!! Удачи!!!**”

В условиях перерастания обсуждения в речевой конфликт совокупность языко-стилевых средств, используемых для снижения статуса коммуниканта в соцсетях, варьируется в пределах от сниженных разговорно-просторечных до грубых, даже обценных языковых единиц, например: „Это точно, но **тупость** так бросалась в глаза, что забрела чтоб сказать что я об этом думаю”; „и эта **х..нь** высвечивается на моей странице” и др. Активно используется и невербальные средства выражения эмоций (комбинации знаков препинания, разный шрифт и т.п.).

Таким образом, несмотря на то, что тексты **официальной (СМИ) и неофициальной (соцсети) публичной коммуникации** имеют много общего (в частности, стилистическая тональность текста формируется комплексом стилистически окрашенных языковых и композиционных средств), оценочность в комментариях социальных сетей представлена более определенно: оппоненты выражают свою точку зрения и прямо формулируют побуждения, направленные на коммуниканта: возмущение, обвинение, отказ от общения и т.п., используя самые разные средства и приемы выразительности. По сути, коммуникация в социальных сетях идет „на ощупь”: предлагая тему для обсуждения, инициаторы общения имеют весьма приблизительное представление о той аудитории, которая примет участие в „разговоре”, поэтому велика вероятность непредсказуемости развертывания подобных обсуждений. Большую роль играют и культурно-

социальные навыки обыденного неофициального и официального общения.

Литература

- Гайда С., 2014, *Философия стиля. – Дискурс и стиль: теоретические и практические аспекты*, ред. Г.Я. Солганик, Москва, с. 9–17.
- Графические средства выражения эмоций в сети (смайлики)*, <http://igorosa.com/graficheskie-sredstva-vyrazheniya-emocij-v-seti-smajliki/> (дата обращения: 29.08.2014).
- Интернет-коммуникация как новая речевая формация*, 2012, ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова, Москва.
- Кривонос А.Д., 2002, *PR-текст в системе публичных коммуникаций*, файл n1.doc. ... © „Петербургское Востоковедение”, Санкт-Петербург, <http://nashaucheba.ru/v61940page=2>
- Мокиенко В.М., Никитина Т.Г., 2007, *Большой словарь русских поговорок*, Москва.
- Сидорова М.Ю., 2006, *Интернет-лингвистика: русский язык. Межличностное общение*, Москва.
- Современный толковый словарь русского языка*, 2001, Санкт-Петербург.
- Социальная сеть*, <https://seopult.ru/library/> (дата обращения: 29.08.2014).
- Стилистика русского языка. Жанрово-коммуникативный аспект стилистики текста*, 1987, Москва.
- Химик В.В., 2004, *Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи*, Санкт-Петербург.
- Чепкина Э.В., 2000, *Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды*, Екатеринбург.
- Чернышова Т.В., 2007, *Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России*, ред. Н.Д. Голев, Москва.
- Чернышова Т.В., 2013, *Языковые механизмы дискредитации в медиатексте (по материалам лингвоэкспертной практики). – Развитие русского медиапространства: коммуникационные и этические проблемы*, Москва, с. 291–297.
- Чернышова Т.В., 2014, *Ирония как социальная оценка. – Стилистика сегодня и завтра*, Москва, с. 236–242.

Factors for successful and conflict communication in the conditions of cultural and stylistic diversity (based on Internet communication)

The article presents the results of a comparative study of two types of public speech communication – of the official (media texts) and informal (social network) – in

identifying their cultural and stylistic originality, and describes a set of linguistic and non-linguistic factors which are shaping the stylistic tone of the conflicting verbal interaction of participants of social networks. The object of study is the set (or sequence) of speech acts participants communications which was embodied in the text, allowing to trace the process of verbal interaction and its stages, favour or impede successful communication, i.e. implementation of authorial intention. As a tool of stylistic analysis the category of the “usual-style complex” is used. It is seen as a stylistic mechanism of selection, which allows us to describe the “real language of real era” with the given extra linguistic factors – namely, the context of the situation in which the interaction of participants of public communication occurs. The study concluded: despite the fact that the texts of formal and informal communication (media and social networks) have much in common, evaluation comments in social media are more specific, opponents are expressing their point of view and their promptings designed for the addressee: anger, accusations, refusal communication, etc. in the straightforward way. There are a lot of varieties of means and ways of expression – both verbal and nonverbal. Cultural and social skills of verbal communication play an important role in conditions of formal and informal public communication.

Keywords: public speech communication, formal and informal public speech, cultural and stylistic originality, stylistic factors, stylistic tone speech conflict, social networks.