

И.К. Мухина, А.С. Липанина

ОРГАНИЗУЮЩАЯ СТРАТЕГИЯ КАК КЛЮЧЕВАЯ СТРАТЕГИЯ КОММУНИКАЦИИ НА КУЛИНАРНОМ САЙТЕ

Аннотация. Анализируются разнообразные коммуникативные ситуации, в рамках которых взаимодействуют пользователи сайта «Поварёнок.ру», и языковые средства, их репрезентирующие. Наряду с другими, в качестве наиболее частотно применяемой пользователями выделяется организующая стратегия, которая выражается в этикетных ходах приветствия, обращения, прощания, выражения знаков внимания. Рассматривается реализация организующей коммуникативной стратегии в комплексных речевых жанрах: обсуждение, комментарий на кулинарном сайте. Выявлено, что синтактика данных жанров в качестве композиционных частей включает речевые акты обращения, одобрения, похвалы, пожелания чего-либо хорошего.

Ключевые слова: виртуальный дискурс, стратегии коммуникации, речевой жанр, речевой акт, кулинарный сайт.

I.K. Mukhina, A.S. Lipanina

ORGANIZING STRATEGY AS THE KEY COMMUNICATION STRATEGY ON A CULINARY WEBSITE

Abstract. The article analyzes a variety of communicative situations in which users of the Povarenok.ru website interact, and the language means that represent them. Along with others, the organizing strategy is marked as the most frequently used by users, which is expressed in the etiquette gestures of greeting, addressing, saying goodbye, expressing signs of attention. The article considers the implementation of the organizing communicative strategy in the complex speech genres “Discussion”, “Commentary on a culinary website”. It is revealed that the syntactics of these genres includes speech acts of address, approval, praise, wishes for something good as compositional parts.

Keywords: virtual discourse, communication strategies, speech genre, speech act, culinary website.

Виртуальный дискурс характеризуется многообразием целей общения коммуникантов, в качестве основных из них исследователи отмечают социализацию, сетевую инкультурацию, саморепрезентацию и развлечение [1, с. 35–36]. В соответствии с основными целями виртуального дискурса на основе исследования О.В. Лутовиновой [1, с. 40] можно выделить ключевые стратегии коммуникации в рамках интернет-дискурса кулинарного сайта. Охарак-

теризуем их, проведя анализ возможных коммуникативных ситуаций, в которых взаимодействуют пользователи сайта «Поварёнок.ру»¹.

Организирующая стратегия коммуникации пользователей на кулинарном сайте включает подготовку и осуществление процесса коммуникации и моделирование общего коммуникативного пространства совместными усилиями коммуникантов – пользователей сайта. С помощью данной стратегии

¹ Поварёнок.ру. URL: <https://www.povarenok.ru/> (дата обращения: 10.06.2022).

Мухина Ирина Константиновна

кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры фундаментальной и прикладной лингвистики и текстоведения, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, Екатеринбург. Сфера научных интересов: когнитивная семантика, лексикография, лингвокультурология, теория речевых жанров. Автор более 140 опубликованных научных работ.

Электронный адрес: golst@e1.ru

Липанина Анна Сергеевна

магистрант направления подготовки фундаментальная и прикладная лингвистика, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, Екатеринбург. Сфера научных интересов: теория речевых жанров. Автор пяти опубликованных научных работ.

Электронный адрес: lindentea01@yandex.ru

создаются благоприятные условия для процесса общения, детерминированного желанием коммуниканта стать участником какого-либо обсуждения на сайте. Выражается это в первую очередь в этикетных ходах, таких как *приветствия, обращения, прощания, знаки внимания* и подобных. Примеры реализации данных коммуникативных ходов в большом количестве обнаруживаются на форуме сайта «Поварёнок.ру», где каждый пользователь имеет возможность предложить собственную тему (касающуюся не только процесса приготовления пищи) и вести ее обсуждение с другими участниками общения. Для наглядности приведем несколько примеров.

Комплексный речевой жанр (далее – РЖ) «**обсуждение**», реализующийся в разделе форума «Кулинарные советы», включает вопросы, ответы на них, советы, комментарии и другие составные части в виде самостоятельных речевых актов (далее – РА).

Так, в рамках темы «Силиконовые формы для выпечки. Кто пробовал?», начатой

пользователем *Гузеева*, присутствует следующее обсуждение интересующего пользователей вопроса¹:

Гузеева: *Такие красивые формочки для аэрогриля и духовки, давно присматриваюсь. Что посоветуете, кто уже пользовался, не пригорают они? Не липнет тесто к ним при нагревании? О них столько хорошего написано, и что «не впитывает запахи, не выделяет вредных веществ, легко моется и абсолютно гигиенична», но мне хотелось бы перед покупкой услышать мнение бывалых хозяюшек. Спасибо. Я пока тефлоновой обычной пользуюсь, но неудобно вынимать пироги, а из силиконовых пишат, что «просто потяните за край и выверните форму».*

Lacoste: *Силиконовые формы есть, действительно никаких проблем при выпечке при правильном использовании, но в аэрогриле не использовала.*

Nugatina: *Недавно купила форму для кекса и не могу нарадоваться. Очень удобно! Не раздумывайте! 😊*

¹ Здесь и далее орфографические и пунктуационные особенности текстов авторов комментариев сохранены без изменений.

Организирующая стратегия как ключевая стратегия коммуникации
на кулинарном сайте

Этикетный РЖ «обращение» с точки зрения функций определяется исследователями как контактный и выражающий направленность говорящего на общение. Готовность ответить на вопрос собеседника реализуется, к примеру, в разделе форума, посвященном праздничному меню.

Рассмотрим обращения на кулинарном сайте с точки зрения реализуемых ими функций.

Н.И. Формановская указывает на то, что обращение в качестве одной из частотных единиц общения служит для адресации, выполняя важнейшую *контактоустанавливающую функцию* [2, с. 83]. На кулинарном сайте большая часть обращений выполняет именно данную функцию, это связано с тем, что главными целями пользователей сайта являются общение и передача друг другу информации.

При этом достаточно частотны обращения пользователей друг к другу по никнеймам, например: **буа46**: *дорогая DAISY, советую вам печь куличи, уменьшив расход продуктов втрое*; **Fantazia**: *snivli, а если заправить не «беленьким», а соус сделать? на сайте много вкусных*; **Niro**: *Буа, спасибо Вам огромное! Нет, правда, ОГРОМНОЕ!!! Я уже в истерике бьюсь, инет листаю, вместо того, чтоб спать идти! На работе завтра не знаю, что буду делать! Носом клевать, видимо... А тут Ваша подборочка!*

Подобные обращения сопровождаются в большинстве случаев вежливой формой русского обращения на «Вы», что, так же как и в процессе реальной коммуникации, свидетельствует о неблизком знакомстве коммуникантов.

Часто встречаются и обращения по имени, в том числе с использованием его уменьшительно-ласкательных и сокращенных вариантов: **буа46**: *Дарьюшка, какая ты молодец, очень нарядные и вкусные блюда!!!*; **Aprelia**: *Прочитала и внесла в блок-*

нот. Спасибо, Ириш!; **Aprelia**: *Светлану как? Уже выбрала рецепт?*; **Весна18**: *Юля, никто ведь тебя за язык не тянул, но раз приглашаешь... ☺* *Теперь и я припрусь к тебе на чай, вместе с той неопробованной торт половиной гостей.. и мужа прихватчу... и друзей пяток... ☺*

Обращение пользователей сайта друг к другу по имени объясняется тем, что некоторые из них в процессе коммуникации уже успели узнать что-то о своем собеседнике, познакомиться с ним поближе, предположительно, общаясь посредством личных сообщений или в рамках форумов. Не исключено, что пользователи могли также встретиться или общаться и вне виртуального дискурса кулинарного сайта. При этом можно предположить, что использование уменьшительно-ласкательных вариантов имен, возможно, свидетельствует о более близких отношениях между коммуникантами и их положительном отношении к собеседнику.

Неотъемлемой частью обращений является не только идентификация адресата речи, но и передача эмоционального состояния говорящего, оценивание адресата речи адресантом. Как отмечают ученые, эмоциональные обращения часто выступают как показатель личностного отношения говорящего к собеседнику [3, с. 194]. Например, пользователь **буа46** следующим образом обращается к своему коммуникативному партнеру: *«Niro, дорогая, по-моему, все наверняка упадут от такого пиришества!!! Цены нет такой реактивной хозяйке!!!»*.

В данном примере первое обращение – это никнейм, в рамках интернет-дискурса функционирующий как имя собственное, служащий для идентификации адресата сообщения. Второе обращение *дорогая* – «ласково-фамильярное обращение к тому, кто дорог, любим, мил» [4] – выражает

личностное положительное отношение говорящего к собеседнику.

Уменьшительно-ласкательные формы обращений также служат реализации эмотивной функции, например, «*Ленусик, я в кастрюле не пекла, только в баночках. Может, в алюминиевых, не знаю*».

В ходе коммуникации обращения могут выступать, кроме того, и индикатором социальных и межличностных отношений между коммуникативными партнерами. В этом заключается их социально-регулятивная функция: при назывании адресата речи посредством обращения маркируются социальные отношения между коммуникантами, устанавливаемые в рамках коммуникативного акта.

Обращения используются с целью установления соответствия между представлениями адресата и адресанта и о характере отношений между ними, при этом семантическая функция идентификации адресата речи отходит на второй план [3, с. 194]. Так, например, в текстах комментариев на форуме обнаруживаются обращения, выполняющие данную функцию: **Регина2904:** *Девочки у меня скоро день рождения! И я его хочу отметить на природе шаашлыки, подружки и т.д. Только есть одна проблемка не знаю какие можно закуски приготовить к пикнику, салатики как то скучно посоветуйте че нибудь интересенькое!!!*; **лакомка2:** *Девчата! А вы пробовали использовать овсяные трубки для похудения в своей борьбе с лишним весом?*

Слово *девочка* может употребляться как обращение взрослых женщин по отношению к своим сверстницам [5]. В языке данное обращение указывает на соотношение возраста участников коммуникации. Несмотря на то что точный возраст пользователя в данном контексте не может быть установлен, можно предположить, что употребление именно этого обращения на ку-

линарном сайте, скорее всего, вызвано чувством солидарности и детерминировано коммуникативным опытом как адресанта, так и множества его адресатов.

Призыв *девчата* является обращением к девочкам, девушкам, характерным для разговорной речи [6]. В приведенном выше контексте данная лексема подчеркивает неофициальность отношений между коммуникантами.

Интересные для анализа обращения обнаруживаются в следующем комментарии: «*Милые, добрые Крестные! Пardon, поварята! Зываю в полном отчаянии к вашей щедрости, доброте и опыту!*». Согласно толковому словарю С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой [6], *крестная* у христиан означает «участвующая в обряде крещения кого-н. в роли восприемницы (крестная мать)». Пользователь сайта использует контекстуально значение лексемы *крестные*, подразумевая под ней тех людей, которые играют роль наставников для еще неопытных в кулинарном деле поваров, оказывая им помощь в трудный момент. Используя данное обращение, автор комментария пытается обрести помощь и поддержку в лице опытных кулинаров-наставников. Данным обращением подчеркивается неравенство положения в «кулинарной сфере» участников общения.

В анализируемом контексте при обращении к другим пользователям сайта используется также слово *поварята*. Лексема *поваренок* в словаре русского языка под редакцией А.П. Евгеньевой имеет значение «мальчик при кухне, помогающий повару» [7]. Исходя из контекста, можно указать на то, что поварята – это общепринятое на кулинарном сайте обращение к коллегам – пользователям сайта – непрофессиональным поварам, производное от названия сайта «Поварёнок.ру», что указывает на потенциальное равенство опытных и неопытных

Организирующая стратегия как ключевая стратегия коммуникации
на кулинарном сайте

в кулинарном деле коммуникантов, общающихся на сайте на равных.

Анализ комментариев, цель которых – обсудить действия другого пользователя и дать им свою оценку, позволяет выделить типичную схему построения таких комментариев. Рассмотрим синтактику РЖ «комментарий на кулинарном сайте» в кулинарном дискурсе на примере комментариев, выполняющих данные функции, композиционно разделив их на отдельные РА.

Биа46: *Niro, дорогая* [РА «обращение»], *по-моему, все наверняка упадут от такого пиришества!!!* [косвенный РА «одобрение в форме предположения»] *Цены нет такой реактивной хозяйке!!!* (РА «комплимент») *Желаю Вам теперь спокойно, в кругу друзей, насладиться отдыхом и общением!!!* [РА «пожелание»];

sana swiss: Ну, ничего себе, бедновато! 🙄🙄 [РА «восклицание для выражения эмоции удивления»] *Просто свадьба получится!* [РА «предположение»] *Вы – просто умница!* [РА «похвала»] *Желаю вам прекрасного праздника, веселья и приятной компании!* [РА «пожелание»];

Венерик: *Очуметь от такого меню!!! И это Вы всё одна?!* [РА «восклицание для выражения эмоции восхищения»] *Да, Вам памятник при жизни нужно поставить!!!* 😊 [РА «похвала»] *Удачи!!!* [РА «пожелание»];

Улитыч: Юленька [РА «обращение»], *такой позитив получила пока читала «отчет о проделанной работе»* [косвенный РА «одобрение в форме сообщения»], *нынче редко встретишь такого оптимиста* [РА «комплимент»], *рада, что пир удался на славу и ты не упала в обморок от 24 часового стояния у плиты* [РА «поздравление»], *желаю отличного настроения и исполнения желаний!!!* [РА «пожелание»].

Анализ показал, что синтактика комплексного РЖ «комментарий на ку-

линарном сайте» в качестве композиционных частей включает в себя следующие типы РА: обращение – одобрение – похвала или комплимент – пожелание чего-либо хорошего.

Ученые отмечают тот факт, что в рамках виртуального дискурса грань между личностно ориентированным и статусно ориентированным общением зачастую стирается, что находит отражение в обращении на «ты» при коммуникации с незнакомыми людьми. Данная черта проявляется и в процессе общения на кулинарном сайте. Приведем пример диалога: **Галюня:** *Irinka, из тебя рецепты начинок так и сыпятся. Я еще порываюсь сделать начинку из фиников, а то пью только чай с ними. А у тебя нет никакой подсказки на тему фиников? Я знаю в Марокко существует более 100 рецептов с финиками, их там употребляют и в первое, и во второе, и на десерты, и на просто так. Там, я думаю, идут свежие финики, а у нас только сушеные.* 🙄 **Irinka:** *Галюня, я выложила рецептики в теме Поиск рецептов. Смотри там.* 🙄

В данном диалоге коммуниканты употребляют глаголы в форме второго лица единственного числа («смотри»), местоимение *ты* в форме родительного падежа («тебя»), что характерно для неформального общения на «ты». Диминутив *рецептики* и использование смайликов специфично для дружеского общения. Однако обращение коммуникантов друг к другу по никнеймам (в реальной официальной коммуникации равное обращению по имени и отчеству) указывает на то, что между собой эти пользователи не знакомы.

Тем не менее в процессе коммуникации на кулинарном сайте встречается и использование «вы»-общения в той же функции, как и в процессе реальной коммуникации, – как вежливое обращение к собеседнику, с которым пользователь не знаком лично:

DAISY: У меня вопрос! У меня есть 3 антипригарные формы, разного размера. Я пеку куличи. Температурный режим в духовке и время выпечки должны быть разными?

elena_110: Температура не должна быть разной, а вот время выпекания зависит от размера формы. Пользуйтесь для проверки готовности изделия старым методом (зубочисткой);

буа46: Добрый вечер! пишу впервые, хотя зависаю на сайте давно. Скоро ПАС-ХА, хочу поделиться с вами рецептом простого в приготовлении, но очень вкусного кулича. <...> Если у кого то возникнут вопросы отвечу с удовольствием.

DAISY: Очень необычно! Про картошку никогда не слышала. <...> Из Вашего количества продуктов много куличей получится? Мне много не надо. Надо 3 кулича. Один маленький для тети. Один побольше семье сестры и один небольшой домой. Сколько посоветуете брать продуктов?

буа46: дорогая DAISY, советую вам печь куличи, уменьшив расход продуктов втрое. Думаю, что у вас всё непременно получится, т.к. рецепт очень простой. Будут вопросы пишите. Отвечу с удовольствием.

Анализ разнообразных коммуникативных ситуаций, в рамках которых взаимодействуют пользователи сайта «Поварёнок.ру», и языковых средств, их репрезентирующих, позволил сделать следующие выводы.

1. Организующая стратегия – одна из ключевых коммуникативных стратегий, наиболее часто применяемая в рамках кулинарного сайта. Она включает создание благоприятных условий для процесса общения, подготовку и осуществление процесса коммуникации, моделирование общего коммуникативного пространства совместными усилиями коммуникантов.

2. Организующая коммуникативная стратегия выражается в РА приветствия, обращения, прощания, выражения знаков внимания.

3. Обращения на кулинарном сайте выполняют функции: социально-регулятивную, идентификации адресата речи, передачи эмоционального состояния говорящего, оценивания адресата речи адресантом.

4. Комплексные РЖ «обсуждение», «комментарий на кулинарном сайте» в качестве композиционных частей включают в себя РА обращения, одобрения, похвалы или COMPLIMENTA, пожелания чего-либо хорошего.

Литература

1. Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса. Волгоград : Перемена, 2009. 477 с. ISBN 978-5-9935-0101-7. EDN TLH DAT.
2. Формановская Н.И. Обращение с точки зрения коммуникативно-прагматического подхода // Речевое общение. 2000. Вып. 3 (11). С. 83–88. EDN XIXXNV.
3. Красицова Е.Н., Соцкая Е.В. Функции вокатива в коммуникации // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. 2014. Т. 20. № 3. С. 193–195. EDN SJFUAN.
4. Ефремова Т.Ф. Современный толковый словарь русского языка. В 3 т. : около 160000 слов. М. : АСТ: Астрель, 2006. 1165 с. ISBN 5170295219.
5. Толковый словарь русского языка: около 2000 словарных статей, свыше 12000 значений / под ред. Д.В. Дмитриева. М. : Астрель, 2003. 989 с. ISBN 5-271-06086-1.
6. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 72500 слов и 7500 фразеологических выражений / Российская АН, Ин-т рус. яз., Российский фонд культуры. 2-е изд., испр. и доп. М. : Азъ, 1994. 907 с.

Организирующая стратегия как ключевая стратегия коммуникации
на кулинарном сайте

7. Словарь русского языка: в 4 т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; под ред. А.П. Евгеньевой. 4-е изд., стер. М. : Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999.

References

1. Lutovinova O.V. (2009) *Lingvokul'turologicheskie kharakteristiki virtual'nogo diskursa* [Linguo-culturological characteristics of virtual discourse]. Volgograd : Peremena Publ. 477 p. ISBN 978-5-9935-0101-7. (In Russian).
2. Formanovskaya N.I. (2000) Vocative from the point of view of a communicative and pragmatic approach. *Rechevoe obshchenie* [Speech communication]. Issue 3 (11). Pp. 83–88. (In Russian).
3. Krasikova E.N., Sotskaya E.V. (2014) Vocative functions in communication. *Vestnik of Kostroma State University*. Vol. 20. No. 3. Pp. 193–195. (In Russian).
4. Efremova T.F. (2006) *Sovremennyyi tolkovyyi slovar russkogo yazyka* [A modern explanatory dictionary of the Russian language]. In 3 Vols. : about 160000 words. Moscow : AST: Astrel Publ. 1165 p. ISBN 5170295219. (In Russian).
5. Dmitriev D.V. (Ed.) (2003) *Tolkovyyi slovar russkogo yazyka: okolo 2000 slovarnykh statei, svyshe 12000 znachenii* [An explanatory dictionary of the Russian language: About 2000 dictionary entries and more than 12000 meanings]. Moscow : Astrel' Publ. 989 p. ISBN 5-271-06086-1. (In Russian).
6. Ozhegov S.I., Shvedova N.Yu. (1994) *Tolkovyyi slovar' russkogo yazyka: 72500 slov i 7500 frazeologicheskikh vy'razhenii* [An explanatory dictionary of the Russian language: 72500 words and 7500 phraseological expressions]. Russian Academy of Sciences, Institute of the Russian language, the Russian culture fund. 2nd ed. Moscow : Az Publ. 907 p. (In Russian).
7. Evgenieva A.P. (Ed.) (1999) *Slovar' russkogo yazyka* [A dictionary of the Russian language]. RAN, Institute of the linguistic studies. 4th ed. Moscow, Russkiy yazyk Publ., Poligrafresursy'. (In Russian).