

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра романо-германской филологии и переводоведения

**Речевые стратегии и тактики в жанре интернет-комментария
(на материале интернет-комментариев видеохостинга YouTube)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 421 группы
направления 45.03.01 «ФИЛОЛОГИЯ»
Института филологии и журналистики
Талаловской Дарьи Павловны

Научный руководитель

д.ф.н., профессор

подпись, дата

Е. Ю. Викторова

Зав. кафедрой

к.ф.н., доцент

подпись, дата

Т. В. Харламова

Саратов 2020

Введение. В современном мире сложно представить нашу жизнь без компьютерных технологий и интернет-сети. Более того, темп современной жизни постоянно ускоряется, в связи с чем, человечество значительно расширяет границы использования всемирной паутины. Сегодня мы можем совершать онлайн-звонки, отправлять и принимать мгновенные сообщения, делиться фото- и видеоматериалами, а также читать и оставлять комментарии под постами, новостями, онлайн-трансляциями, одним словом принимать участие в обсуждениях и совершать интернет-коммуникацию, которая способствуют стремительному развитию интернет-лингвистики.

В последние годы в интернете наблюдается масштабное внедрение раздела комментариев не только в социальных сетях, но и на страницах онлайн-магазинов, в сервисах, предназначенных для фото и аудио хранения, видеохостингах. Жанр интернет-комментария приобретает особую **актуальность** в рамках современной науки о языке, поскольку наблюдается его оживленное развитие. В последнее время появилась тенденция не просто оставлять свои оценки и отзывы, но и завязывать общение с другими, чаще всего незнакомыми пользователями в рамках раздела с комментариями. Так создаются целые ветки обсуждения с неограниченным количеством участников. Кроме того, актуальность подобного исследования подкрепляется раскрытием особенностей реализации речевых стратегий и тактик, используемых комментаторами.

Объектом данного исследования является жанр интернет-комментария.

Предметом исследования являются речевые стратегии и тактики, реализуемые в жанре интернет-комментария на платформе видеохостинга YouTube.

Целью исследования является выявление и анализ особенностей лингвистической реализации речевых стратегий и тактик, которыми пользуются англоговорящие комментаторы видеохостинга YouTube, а также составление перечня стратегий и тактик, применяемых интернет-

пользователями при комментировании видеоклипов. Для достижения этих целей необходимо решить следующие **задачи**:

- 1) уточнить такие понятия как «дискурс», «стратегии», «тактики», «интернет-комментарий»;
- 2) проанализировать новые тенденции в развитии интернет-лингвистики, определить ведущие жанры интернет-среды;
- 3) проанализировать речевые стратегии и тактики, которыми пользуются участники коммуникации в социальной сети YouTube;
- 4) выявить способы лингвистической реализации речевых стратегий и тактик в жанре интернет-комментария.

Научная новизна работы заключается в анализе нового жанра интернет-коммуникации – интернет-комментария, а также в выявлении особенностей реализации стратегий и тактик, присущих данному жанру, в комментариях под музыкальными видеоклипами.

Материалом данного исследования является более 1000 комментариев англоязычных пользователей видеохостинга YouTube под музыкальными видеоклипами англоязычных исполнителей, в том числе американской группы *Imagine Dragons*, исполняющей песни в жанре поп-рок или альтернативный инди-рок (<https://youtu.be/TxIk7PiHaGk>), американской певицы *Billie Eilish* (<https://www.youtube.com/watch?v=DyDfgMOUjCI>), американского рэп-исполнителя *Lil Pump* (<https://www.youtube.com/watch?v=4LfJnj66HVQ>), и комментарии к подборке «*Best of rock music*» (<https://www.youtube.com/watch?v=8SbUC-UaAxE&list=PLBF4CF958AF80561F>).

Методы исследования, выбранные для достижения поставленных целей, следующие: метод дедукции и наблюдения, семантико-когнитивный метод, а также описательный метод и метод дискурсивного анализа.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что результаты исследовательской части могут быть использованы для дальнейшего

изучения специфики интернет-коммуникации, в частности жанра интернет-комментария.

Практическая значимость нашей работы заключается в том, что результаты исследовательской части могут быть использованы для дальнейшего анализа жанра интернет-комментария, а также речевых стратегий и тактик в рамках интернет дискурса.

Апробация работы. Основные результаты исследования были представлены на Студенческой научно-практической конференции, посвящённой памяти профессора Г. Г. Полищук «Когнитивные и социокультурные аспекты изучения языка» (г. Саратов, 04.12.2018), а также на Всероссийской студенческой научно-практической конференции «Когнитивные и социокультурные аспекты изучения языка», посвящённой 110-летию Саратовского государственного университета (г. Саратов, 10.12.2019).

Структура работы: работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников из 44 наименований.

Основное содержание работы. С развитием общества и технологий появляется все больше потребности в коммуникации. В современном мире существует большое количество способов общения людей. Одним из самых распространенных и бурно развивающихся феноменов XXI века является Интернет. Современные лингвисты рассматривают интернет как особую среду, в которой функционирует язык. Так, британский филолог и языковед Д. Кристал предложил термин «интернет-лингвистика». Интернет-лингвистика представляет собой особый подраздел науки, который занимается изучением новых форм употребления языка, которые возникли под влиянием бурного развития интернет-пространства и новых путей передачи информации.

В зависимости от коммуникативной функции общения в интернет-среде существуют разные интернет-жанры, а именно информативные жанры, (веб-страницы новостных агентств и СМИ, поисковые системы, онлайн-

энциклопедии, архивы); директивные жанры (веб-реклама, интернет-магазины, объявления); коммуникативные жанры, (чат, электронные письма, форумы, социальные сети); презентационные жанры (личные веб-страницы, веблоги); развлекательные жанры (онлайн-игры).

Стоит отметить, что в Интернете существует два вида текстов. Первые – это электронные версии печатных текстов. Вторые – это тексты, которые предназначены для существования в определенной интернет-среде. В свою очередь тексты второго вида также можно разделить на две группы. В первой группе тексты, которые создаются в онлайн-режиме и являются фиксированной устной речью в письменной форме. Яркий пример таких текстов – чаты, блоги, форумы, общение в социальных сетях. Задачей таких текстов является обеспечение коммуникации между пользователями в электронном пространстве. Их главная особенность состоит в том, что они сочетают в себе устное и письменное общение. Вторая группа текстов – это тексты, с помощью которых создаются веб-страницы (развлекательные, рекламные тексты).

Мы считаем важным отметить, что изначально платформа YouTube предназначалась для хранения, доставки и показа видеоматериала. Сейчас пользователи могут загружать, просматривать, оценивать, комментировать, добавлять в избранное и делиться теми или иными видеозаписями. Поэтому, YouTube – это сервис видеохостинга с элементами социальной сети. В данной работе мы будем рассматривать функции YouTube как социальной сети.

В целом, социальная сеть представляет собой платформу, онлайн-сервис и веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений в Интернете. Особенность социальных сетей состоит в том, что этот жанр является гипержанром, то есть совмещает в себе сразу несколько жанров интернет-коммуникации: чат, блог, форум. Одной из важных функций социальной сети является функция комментирования. Вслед за Е. Ю. Баженовой, под комментарием мы

понимаем высказывание, содержащее позицию пользователя относительно представленного видеоклипа или иного видеоматериала.

Остановимся подробнее на понятии интернет-комментария. Комментарий в пределах виртуального дискурса существует относительно недавно и только начинает привлекать внимание исследователей. Сетевой комментарий – это короткое сообщение, выражающее мнение пользователя об исходном материале любого характера. На сегодняшний день раздел с комментариями предусмотрен в интерфейсе многих жанров интернет-коммуникации: социальные сети, блоги, веб-страницы СМИ, интернет-магазины и т.д. Термин «комментарий» задан программами, обеспечивающими общение в различных жанрах интернет-коммуникации. Л. Ю. Щипицина подчеркивает, что анализ комментариев не всегда возможен отдельно от комментируемого материала. Это говорит о том, что интернет-комментарий относится к несамостоятельным жанровым образованиям. Комментарий стоит рассматривать как субжанр, существующий в составе более сложного и крупного жанрового образования.

В рамках нашей работы мы изучили, к каким речевым стратегиям и тактикам прибегают англоязычные пользователи видеохостинга YouTube. Опираясь на теоретические разработки О. С. Иссерс и А. В. Ланских, мы классифицируем стратегии и тактики кооперативного речевого поведения следующим образом:

1. Стратегия солидаризации, направленная на демонстрацию близости, единодушия, общности с собеседником. Данную стратегию выражают тактики присоединения к мнению коммуникативного партнера, выражения согласия, единения, создания мы-общности, демонстрация готовности к сотрудничеству и др.

2. Стратегия искренности направлена на демонстрацию доверительного статуса межличностных отношений коммуникантов. Сюда входят тактики признания, призыва к откровенности, самокритики, обещания, выражения эмоционального состояния и др.

3. Стратегия создания положительной тональности ориентирована на достижение позитивного коммуникативного результата. Данную стратегию конституируют тактики выражения позитивной оценки, снижение категоричности высказывания и др.

4. Стратегия самопрезентации направлена на моделирование образа говорящего.

Для конфликтного речевого поведения характерны следующие стратегии:

1. Стратегия понижения статуса коммуникативного партнера. Данная стратегия направлена на формирование негативного образа адресата и представляется тактиками обвинения, упрека, осуждения, оскорбления, насмешки и др.

2. Стратегия противостояния (поляризации), которая основана на противопоставлении «свое/чужое». Стратегия выражается тактиками выражения несогласия, дистанцирования.

Анализ материала показал, что при комментировании музыкальных видеоклипов интернет пользователи применяют стратегии кооперации и конфронтации. В нашем исследовании в рамках стратегии кооперации была выявлена реализация тактики положительной характеристики объекта. В стратегиях солидаризации, создания положительной тональности общения и искренности, которые по нашему мнению являются частными случаями стратегии кооперации, реализуются тактики единения, смягчения категоричности высказывания и выражения признания соответственно.

Среди комментаторов видеохостинга YouTube распространена тактика положительной характеристики объекта, которая реализует кооперативную стратегию. Данная тактика присутствует в основном в комментариях, которые являются первыми в цепочке. Например,

1. *Absolutely beautiful* (объект – музыкальный видеоклип).

2. *This is beautiful. i am speechless. this is why i love you* (объекты – музыкальный видеоклип и исполнитель песни).

3. *This is a Masterpiece* (объект – музыкальный видеоклип).

4. *This is my favourite song!* (объект – песня).

Условно такие комментарии можно назвать комментариями-комплиментами. Основной функцией комплимента является установление контакта и поддержание дружественных отношений. Задачей автора является расположить к себе собеседника и вызвать симпатию. Интенцией говорящего является сказать адресату нечто приятное. В данном случае, объектом комплимента является не собеседник, а видеоклип, песня или участники музыкальной группы *Imagine Dragons*.

Нами также была обнаружена стратегия солидаризаций, которая нацелена на установление близких, доверительных отношений и гармоничного общения с собеседником. Например, следующие комментарии демонстрируют стратегию солидаризации:

1. *What would we do without Imagine Dragons* (объект – музыкальный исполнитель).

2. *We need better soundtracks and imagine dragons literally is perfect for them* (объекты – песня и музыкальный исполнитель).

3. *Let's all just pretend that we understand the meaning behind the video* (объект – видеоклип).

4. *We need to learn to appreciate the little things. We can only say Thank you for this masterpiece!* (объект – музыкальный видеоклип).

Все комментаторы в приведенных примерах используют тактику единения, которая служит для объединения адресанта с адресатами. Реализацией тактики единения во всех комментариях выступает личное местоимение 1-го лица, множественного числа «we». Интересно, что и русскоговорящие, и англоязычные музыкальные фанаты часто отождествляют себя с семьей. Существует такое понятие как фанклуб, то есть сообщество людей, объединенных общими интересами.

В рамках гармоничного общения мы также рассмотрели стратегию создания положительной тональности общения, которая реализуется тактикой смягчения категоричности высказывания.

Следующий комментарий иллюстрирует яркий пример применения стратегии создания положительной тональности общения: *I think there are a lot of deeper meanings in this song and video. It's about humanity, life's cruelty and human nature* (объекты – музыкальный видеоклип и песня). В данном комментарии пользователь выражает свое мнение относительно песни и музыкального видеоклипа. Важно, что автор не навязывает его другим пользователям, а стремится к общению. Главной целью автора является поделиться своим мнением и услышать мнение других. Для достижения поставленной задачи автор использует тактику смягчения категоричности высказывания. В начале комментария пользователь использует конструкцию *I think*, выраженную местоимением 1-го лица ед. числа и глаголом умственной деятельности. Данная конструкция указывает на субъективность комментария, и на то, что автор делает данное заключение на основании взглядов, содержащихся в его концептуальном мире, а не в реальной картине мира. Автор готов рассмотреть другие точки зрения, поэтому перед потенциальными комментаторами стоит выбор, от которого зависит характер дальнейшей коммуникации: они могут либо так же высказать свое мнение относительно песни, либо вступить с автором в обсуждение или спор. На момент написания работы ответов на данный комментарий не последовало.

В коммуникативном поведении участников интернет-коммуникации на платформе YouTube также замечена стратегия искренности, которая направлена на демонстрацию доверия. Анализ материала показал, что чаще всего данная стратегия реализуется тактикой признания. Например, *Im not actually a big fan of rock music. I like dance music more but this really got my attention. Really good music* (объект – песня). Данное высказывание, несомненно, является положительно оценочным. Комментатор дает свою

положительную оценку объекту. Однако в данном примере нас больше интересует не оценка, а откровение автора по поводу его музыкальных предпочтений. Тактика признания эксплицитно выражается во фразах «*I am not a big fan...*» и «*I like...*». Автор комментария сразу оговаривает, что он не является любителем рок-музыки.

В нашем исследовании в рамках стратегии конфронтации была выявлена реализация тактики отрицательной характеристики объекта. В стратегиях понижения статуса коммуникативного партнера и поляризации, которые по нашему мнению являются частными случаями стратегии конфронтации, реализуются тактики оскорбления и дистанцирования соответственно.

Например, в ходе комментирования видеоклипов на YouTube пользователи часто прибегают к тактике отрицательной характеристики. Некоторые пользователи в качестве реализации данной тактики выбирают иронию. Пользователи выбирают такие коммуникативные ходы, которые могли бы имплицитно выразить их точку зрения. В данном случае ирония необходима для косвенного выражения негативного мнения. Например,

1. *I showed this to my mom Now I'm an orphan* (объект – музыкальный видеоклип).
2. *This song is more dangerous than corona virus* (объект – песня).
3. *Lil Pump the type of guy who thinks England is a city* (объект – исполнитель).

В рамках дисгармоничного общения мы рассмотрели стратегию понижения коммуникативного статуса партнера, которая реализуется тактикой оскорбления. Обратимся к комментариям, составляющие ветки обсуждений. Например, в комментарии *The video quality sucks...* (объект – качество видеоклипа) автор использует тактику отрицательной характеристики, лексически выраженную с помощью сленгового выражения *sth sucks*, которое служит прямым выражением его недовольства по поводу качества видеоклипа. Кроме того, на просодическом (пунктуационном)

уровне, упрек выражен посредством многоточия. Данный комментарий с отрицательной характеристикой спровоцировал дальнейшие ответы других пользователей. Например, *really nice quality, fuck you, you dumb, sick fuck* (объект – предыдущий комментатор). Автор данного комментария оспаривает мнение первого комментатора по поводу качества видеоклипа. Второй комментатор использовал стратегию понижения статуса коммуникативного партнера и тактику прямого оскорбления, для реализации которой он выбирает оскорбительные номинации *you dumb, sick fuck*.

Стоит отметить, что комментарии со стратегией понижения статуса коммуникативного партнера, которая направлена на формирование негативной оценки личности адресата, всегда находятся в ветке обсуждения. Объектом комментариев со стратегией понижения статуса является коммуникативный партнер: либо участник обсуждения из ветки комментариев, либо автор первого комментария, после которого и появилось обсуждение.

На основе нашего материала мы также выявили стратегию поляризации, которая реализована тактикой дистанцирования. Обратимся к следующей ветке комментариев, которая состоит из комментариев четырех разных пользователей. Первый комментарий стал основой цепочки: *Sounds better than the crap we get on our radios these days. (In my opinion.)* (объект – песня). Автор этого комментария сравнивает американский рок прошлых лет с сегодняшней музыкой, которая находится в ротации на радиостанциях, являясь тем самым популярной. В этом сравнении явно прослеживается отрицательная оценка современной музыки. Целью данного пользователя было противопоставить две музыкальные эпохи: рок прошлого и поп настоящего. Вместо нейтральных лексем *music* или *songs*, автор использует сленговое слово *crap*. Интерес данного комментария состоит в том, что через сравнительную конструкцию “*better than*” реализуется стратегия поляризации. Главной целью автора было намеренно усилить различия между музыкой разных поколений, разных эпох, чего он достигает с

помощью тактики дистанцирования и оппозицией «тогда/сейчас». Таким образом, суть стратегии поляризации – коммуникативные действия, направленные на резкое позиционирование, отделение одного объекта от другого. Одному объекту приписываются исключительно положительные черты и свойства, другому – исключительно отрицательные.

Важно отметить, что не все комментарии пользователей имеют ответ. В основном односложные комментарии-комплименты не переходят в бурное обсуждение, чего нельзя сказать о комментариях, в которых пользователи довольно развернуто делятся своим мнением. Это связано с тем, что любое высказываемое мнение субъективно и порождает противоречивые чувства других пользователей, которые в свою очередь хотят повлиять на него, высказав свою точку зрения.

В комментариях на YouTube пользователи имеют свободу слова, то есть не существует какого-либо модератора, который следит за комментариями и в случае чего ограничивает пользователю доступ к видеоматериалам. Иногда это позволяет комментирующим использовать ненормативную лексику, которую также используют, чтобы выразить свое мнение.

Заключение. Среди пользователей видеохостинга в равной степени распространено использование, как стратегий кооперации, так и стратегий конфронтации. Исследование показало, что не всегда возможно выделение частных стратегий, по этой причине мы отказались от выделения таких стратегий в комментариях с положительной/отрицательной оценкой объекта. Таким образом, тактики положительной/отрицательной характеристики объекта рассматриваются нами в рамках стратегий кооперации/конфронтации соответственно.

В исследовании мы предложили деление интернет-комментариев на две группы: 1) комментарии без ответов; 2) комментарии с ответами. Анализ показал, что оценочные комментарии в основном не имеют ответов. Комментарии с развернутым выражением мнения пользователя чаще

приводят к дискуссии среди других комментаторов. Такие дискуссии содержат и гармоничное, и дисгармоничное общение.

Среди частных кооперативных стратегий нами были выявлены стратегии солидаризации (тактика единения), стратегия создания положительной тональности общения (тактика смягчения категоричности высказывания) и стратегия искренности (тактика признания). Однако выявление частных стратегий не всегда представляется возможным. В связи с этим, мы относим тактику положительной характеристики объекта к глобальной стратегии кооперации.

Среди частных некооперативных стратегий мы обнаружили стратегию понижения статуса коммуникативного партнера (тактика оскорбления), стратегию поляризации (тактика дистанцирования). В рамках стратегии конфронтации мы также рассмотрели тактику отрицательной характеристики объекта.

В ходе исследования мы проанализировали речевые стратегии и тактики, к которым прибегают пользователи в процессе комментирования видеоклипов. Мы сделали вывод, что участники интернет-коммуникации в равной степени используют и стратегии кооперации, и стратегии конфронтации. Часто выбор стратегии определяется материалом. Под видеоклипами песен с добрым посылом (о любви и дружбе) комментаторы остаются в гармоничных отношениях; даже если обсуждаются разные точки зрения, пользователи выслушивают друг друга и дают высказаться. Под видеоклипами современных американских рэп-исполнителей дискуссия чаще всего начинается с иронического высказывания или с негативной характеристики певца/песни и позже перерастает в спор с оскорблениями других комментаторов. Под видеоклипами песен прошлого десятилетия пользователи чаще всего прибегают к стратегиям поляризации, подчеркивая разницу между современными композициями и ушедшей музыкальной эпохой.

В нашей работе мы изучили лишь небольшой аспект интернет-коммуникации. Перспективы нашего дальнейшего исследования мы видим в изучении другой платформы с функцией комментирования и сравнение особенностей лингвистической реализации стратегий и тактик в жанре интернет-комментария.