

УДК 81'42:[811.161.1+811.133.1+811.581]:004

## YOUTUBE-КОММЕНТАРИЙ КАК РЕЧЕВОЙ АКТ И ЕГО ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ (на материале русского, французского и китайского языков)

Т. В. Олейников,

магистр педагогических наук, аспирант  
кафедры языкознания и лингводидактики  
Белорусского государственного педагогического  
университета имени Максима Танка

Поступила в редакцию 16.09.19

В статье рассматривается структура речевого акта на основе современного интернет-комментария и языковые средства его воздействия. Предлагаемый иллюстративный материал на русском, французском и китайском языках позволяет установить языковые особенности YouTube-комментария на каждом из анализируемых языков.

*Ключевые слова:* речевой акт, интернет-комментарий, иллокутивная сила, локутив, иллокутив, перлокутив, языковые особенности.

The article discusses the structure of a speech act based on modern Internet comment and the language features of its exposure. The proposed illustrative material in Russian, French and Chinese allows to set the language features of YouTube comment in each of the analyzed languages.

*Keywords:* speech act, internet comment, illocutionary force, locution, illocution, perlocution, language features.

Интернет, или Всемирная паутина, как проявление культурного кода нации является не только масштабным хранилищем данных, но и началом интернет-коммуникации, исследование которой с позиции лингвистической прагматики является сегодня актуальным.

Современная лингвопрагматика развивается под влиянием идей Людвига Витгенштейна – австрийского философа XX в. Само понятие и термин *прагматика* (от др.-греч. πρᾶξις – род. пад. πράξις – ‘дело, действие’), предметом которой является речевой акт, были введены американским ученым Чарльзом Моррисом в конце 30-х гг. XX в. Рассмотрим основные положения данной теории.

Теория речевых актов была создана Джоном Серлем (в некоторых источниках – Серл или Сирл – англ. Searle), Джоном Лэнгшо Остином и рядом других зарубежных исследователей. Речевой акт – целенаправленное речевое действие, совершаемое в соответствии с принципами и правилами речевого поведения, принятыми в данном обществе [1, с. 412]. Дж. Остин вычленил следующие уровни речевых актов: локутив – собственно речевой акт, предложение с его грамматической структурой и значением; иллокутив – намерение говорящего, которое заключается в речевом акте; перлокутив – воздействие, которое речевой акт оказал на собеседника [2]. Более того, исследователь попытался классифицировать иллокутивные акты, выделив «пять наиболее общих классов»: вердиктивы – определяются по признаку вынесения вердикта (кроме того, могут быть оценкой, мнением или одобрением); экзерситивы – акты осуществления власти, права или влияния (назначение, обоснование, приказ, принуждение, совет, предостережение и т. д.); комиссивы – определяются обещаниями или другими обязательствами; бегахитивы – имеют

UDC 81'42:[811.161.1+811.133.1+811.581]:004

## YOUTUBE-COMMENT AS A SPEECH ACT AND ITS LANGUAGE FEATURE (on the material of the russian, french and chinese languages)

T. Oleinikov,

Master of Pedagogics, Postgraduate  
Student of the Department of Linguistics and  
Linguodidactics of Belarusian State Pedagogical  
University named after Maxim Tank

Received on 16.09.19

отношение к установкам и социальному поведению (извинение, поздравление, похвала, выражение соболезнования, проклятие, вызов); экспозитивы – соотносятся с тем, «какое место занимает наше употребление в ходе дискуссии или беседы, как мы используем слова» («я отвечаю», «я доказываю», «я признаю», «я допускаю» и т. д.) [2].

Данная классификация была подвергнута критике со стороны Дж. Серля, который настаивал на разграничении перформативных глаголов и иллокутивных актов. В дальнейшем ученый предложил свою классификацию, основанную на трех основных признаках иллокутивных актов: иллокутивной цели, способе достижения иллокутивной цели и различии в энергичности и силе, с которой подается иллокутивная цель [3]. На основе данных признаков Дж. Серль установил следующие прагматические типы речевых актов: репрезентативы или ассертивы (констатив, намек, мораль; цель – сказать, как обстоят дела); комиссивы (обязать говорящего что-то сделать); директивы (приказ, просьба, совет, требование, приглашение и т. д.); экспрессивы (выражают состояние говорящего: сочувствие, извинение, сожаление и др.); декларативы (присвоение званий, объявления, назначения и т. п.) [3].

Определяя структуру речевого акта, Дж. Серль, в первую очередь, отталкивается от двух параметров высказывания: разграничение иллокутивной силы высказывания (то есть отражающей коммуникативную цель говорящего) и его пропозиционального содержания (формируемого актами референции и предикации). Данное разграничение Дж. Серль представил в виде формулы «F (p)», где F – показатель иллокутивной функции, а p – пропозициональный показатель [3, с. 171–172]. При рассмотрении структуры комментариев мы опираемся на классификацию Н. И. Формановской, в которой

представлены 5 основных типов речевых актов, названных Дж. Серлем, а также выделены рогативы (вопросы) и контактивы (выражения речевого этикета) [4].

Комментарий как самостоятельный жанр выделился в последнее десятилетие XX в. и долгое время рассматривался как разновидность статьи. Общими чертами статьи и комментария является наличие анализа описываемого факта и, как следствие, сопоставление с аналитическим жанром газетно-публицистического дискурса. Однако существенным отличием комментария от статьи является формат (комментарий, как правило, значительно меньше статьи) и способ подачи материала [5]. Современный комментарий, существуя на бумажных носителях информации, получил дополнительные способы реализации благодаря интернету. Интернет-комментарий стал своего рода новой формой коммуникации, которая возникла и функционирует в виртуальной среде.

Целью данной статьи является выявление наиболее частотных языковых особенностей избранных YouTube-комментариев на русском, французском и китайском языках.

Иллюстративным материалом послужили YouTube-комментарии, написанные пользователями видеохостинга под музыкальными видео (русскими, французскими и китайскими). На примере YouTube-комментариев более подробно рассмотрим структуру речевого акта, а также определим языковые особенности комментариев, принадлежащих русскоязычным, франкоговорящим и китайскоговорящим пользователям YouTube.

Рассмотрим структуру репрезентатива *Tous les mêmes = all the same* (Все одинаковы = все одинаковы). Сам локутив представлен в сочетании двух языков (язык, на котором была произнесена фраза самим исполнителем (французский) и перевод на английский язык, который представлен в субтитрах для англоязычной аудитории). Иллокутив данного высказывания – мораль: *мы все похожи (одинаковы)*. Перлокутив – *он убедил меня в том, что все мы одинаковы*.

Локутив комиссива – *Побещайте мне проводить меньше времени в сети*. Иллокутив – *Я прошу у вас / обещаю вам дать мне обещание, что вы будете проводить меньше времени в интернете*. Перлокутив – *Я обещаю тебе проводить меньше времени в интернете*.

Локутив директива – *J'ai besoin de like, s'il vous plaît* (Мне необходим лайк, пожалуйста). Иллокутивом данного высказывания является просьба «поставить лайк». Перлокутив – *Я поставлю тебе «лайк», так как ты меня просишь об этом*.

Локутив экспрессива – *Мне очень жаль, что эта история основана на реальных событиях*. Иллокутив – *Я хочу выразить свое сочувствие, что это происходило с реальным человеком*. Перлокутив – *Мне приятно это сочувствие / поддержка*.

Локутив декларатива – *После просмотра этого ролика вы все, НАРЕКАЮ, захотите стать музыкантом!* Иллокутив – *Я хочу проинформировать*

*вас, что после просмотра данного видео у вас появится желание стать музыкантом*. Перлокутив – *Я признаю, что захочу стать музыкантом после просмотра*.

Локутив рогатива – *Pourquoi y'a tisse anglais en commentaire? (Почему здесь такое множество комментариев на английском языке?)*. Иллокутив – поинтересоваться, почему многие комментирующие под французским видео являются англоговорящими? Перлокутив – *Я желаю ответить на твой вопрос: пусть я и англоговорящий, я смотрю данное видео на французском, потому что мне нравится*.

Локутив контактива – *Прошу прощения, но уже очень поздно, я посмотрю завтра*. Иллокутив – тактично продемонстрировать свое сожаление в адрес невозможности посмотреть видео сегодня, так как уже поздний час. Перлокутив – *Ничего страшного. Я все понимаю, посмотрю, когда будет время*.

Определим языковые особенности комментариев, принадлежащих русскоязычным пользователям. Наиболее частотными являются следующие:

- 1) грамматические языковые средства:
  - вопросительные предложения: *Не понял?! А где там просмотров?? Где все люди с нормальным музыкальным вкусом?; Как у Вас получилось такое невероятное чудо?; Слушаю трек в феврале 2019, хоть видео вышло в 2017. Я один здесь такой? и др.;*
  - восклицательные предложения: *Такая музыка должна звучать вечно!; Цепляет каждым мгновением сочетания картинки и звука!; Потрясающе! и т. д.;*
  - побудительные предложения: *Послушайте его новый альбом!!!; Посмотрите сериал «Сыны Анархии», биток-то оттуда!!!; Продолжай; Закрой свой рот!; Пиши продолжение! и т. д.;*
  - предложения, в которых подлежащим выступает указательное местоимение *это*: *Это гениально!, Это бесподобно!, Это блестяще!, Это ужасно и т. п.* (как следствие, частотным является употребление кратких форм прилагательных: *гениально, бесподобно и др.*);
  - определительно-личные предложения (в частности предложения, в которых подразумевающееся действующее лицо можно обозначить личным местоимением первого лица): *Слушаю трек в феврале 2019, хоть видео вышло в 2017.; Когда слушаю эту песню – мурашки по коже...; Очень люблю такие песни и др.;*
- 2) лексические языковые средства:
  - употребление междометий: *Боже, Господи, ой, черт, блин, вау и т. п.;*
  - употребление сленговых слов: *лям, лимон, лойс, зашквар, жиза и др.;*
  - использование калек и полукалек: *бро* (от англ. bro – brother – брат); *лайк, лайкнуть* (от англ. like – нравится); *хайп, хайпить* (от англ. hype – ажиотаж), *хейтер* (от англ. hate – hater), *изи* (от англ. easy – легко), *го* (от англ. go – идти) и др.;
  - образование неологизмов и окказионализмов: *кремлебаста* (*кремль + Баста*), *чел* (сокраще-

ние от человек), позорище (от позор), псевдорэпер (псевдо + репер) и др.;

3) графические языковые средства:

- написание текста заглавными буквами (так называемым капсом – от англ. Caps Lock – клавиша, переключающая строчное и заглавное написание): *СЛУШАЮ УЖЕ 10 РАЗ ПОДРЯД В ГОЛОВЕ НЕ УКЛАДЫВАЕТСЯ КАК МОЖНО СОЧИНИТЬ ТАКОЕ!!!!; У МЕНЯ ДОЧКА РОДИЛАСЬ!; РАССЛАБЬСЯ!* и др.;
- отсутствие знаков препинания в предложении: *скучная какая-то песня; это не клип а шедевр; ставь лайк если это лучшая песня которую ты слышал за 2017-ый* и др.;
- употребление смайлов: *почему так мало просмотров?((( крутой же клип, и песня...; Сансара – круговорот рождения и смерти в мирах. Зная смысл, клип в разы лучше); Хех, плакать хочется* )) и др.;

К языковым особенностям комментариев, написанных франкоговорящими пользователями YouTube, отнесем следующие:

1) графические языковые средства:

- написание текста заглавными буквами: *BRAVO!* (Браво!); *MAGNIFIQUE SLIMANE!!!* (Потрясающий Слиман!); *J'AIME BEAUCOUP MERCI!!!!!!* (Мне очень нравится. Спасибо) и др.;
- отсутствие знаков препинания в тексте: *Qui écoute encore en 2019 arruuez ici* (Кто тоже слушает в 2019-м, нажмите здесь); *vous etes formidable* (Вы прекрасны); *Qui aime encore cette chanson comme moi* (Кто любит эту песню, как я?) и т. д.;
- употребление знаковых обозначений вместо слов (по фонетической близости): 2 (фр. deux – число 2 – de – предлог), 9 (фр. neuf – число 9 – новый) и т. д.;

2) лексические языковые средства:

- использование заимствований: *like* (англ. like – нравится), *fake* (англ. fake – подделка), *lol* (англ. lots of laughs – очень смешно) и т. п.;
- использование неологизмов и окказионализмов-аббревиатур: *kuoioi* (фр. coucou – кукушка / куковать + англ. lol – очень смешно), *mdr* (аббревиация от *mot de rire* – умираю от смеха) и т. п.

3) грамматические языковые средства:

- вопросительные предложения: *OÙ SONT LES FRANÇAIS?* (Где французы?); *2019?: Février 2019?* (Февраль 2019?); *qui est le prochain?* (Кто следующий?); *Pouvons nous atteindre la barre des 1 millions de likes?* (Можем ли мы достичь отметки в 1 миллион лайков?) и т. п.

Отдельно следует выделить, что франкофонам свойственно упоминание года просмотра видео (одна из самых частотных особенностей): *Janvier 2019* (Январь 2019); *Qui écoute encore en 2019 vous êtes formidables* (Кто еще слушает в 2019, вы прекрасны); *2018?*; *Qui écoute encore cette musique en 2018 moi* (Кто еще слушает эту музыку в 2018-м году? Я); *13 février 2019 formidable* (13 февраля 2019 прекрасно) и т. д.

Несмотря на «замкнутость» интернета в Китае и блокировку видеохостинга YouTube, многие китайцы используют данный сайт для своего досуга и общения. К языковым особенностям комментариев, написанных китайцами, отнесем следующие:

1) графические языковые средства:

- использование смайлов: *^\_»* (подмигнуть и улыбнуться), *\*\_\* / \*\_\_\_\** (удивиться, изумиться), *^O* (смеяться, широко открыв рот) и т. п.;
- сокращения по китайской транскрипции: *MM* (美眉或妹妹 – měiméi / mèimei) – сестра / сестричка, *GG* (格格或哥哥 – gégé / gēgē) – старший брат / братец / братишка, *JJ* (姐姐 – jiějie) – старшая сестра, *DD* (弟弟 – didi) – младший брат / братик и т. п.;
- использование знаковых обозначений вместо слов: *5555* (呜呜呜呜, 哭声) – плачу; *7456* (气死我了) – злой как собака; *687* (对不起) – прошу прощения / извини, *886* (拜拜了) – пока и т. д.

2) лексические языковые средства:

- использование междометий: *啊* (O! Oao!), *哎呀* (Aǐ!), *啊呀* (Oǎ!) и т. п.;
- употребление заимствований на латинице: *OMG* (англ. *Oh My God!* – О Боже мой!), *LOL* (англ. *lots of laughs* – очень смешно), *Bravo!* (Браво!) и др.;
- неологизмы-англицизмы: *伊妹儿* (e-mail – электронная почта – адрес электронной почты), *下载* (*download* – скачать), *在线* (*online* – онлайн) и т. п.;

3) грамматические языковые средства:

- восклицательные предложения: *發音真的 有下過苦功, 真的是前途無量的孩子啊!* (Произношение действительно усердно проработано, это действительно многообещающий ребенок!); *小K真的就像一个小太阳, 可爱, 阳光, 向上!* (Маленький К как маленькое солнце, милый, солнечный, вперед!) и др.

Таким образом, можно установить языковые особенности избранных комментариев пользователей YouTube: для **русскоязычных** – это грамматические побудительные предложения; употребление сленговых слов; образование неологизмов и окказионализмов; предложения, в которых подлежащим выступает указательное местоимение *это*; определенно-личные предложения, в которых подразумеваемое действующее лицо можно обозначить личным местоимением первого лица; для **франкоговорящих** пользователей – это упоминание года просмотра видео; использование заимствований; употребление знаковых обозначений вместо слов (по фонетической близости); использование неологизмов и окказионализмов-аббревиатур; для **китаеговорящих** – это использование междометий; восклицательные предложения; употребление заимствований на латинице; использование неологизмов-англицизмов; сокращения по китайской транскрипции; использование знаковых обозначений вместо слов. Русскоговорящие, франкоговорящие и китаеговорящие пользователи YouTube используют лексические, грамматические и графические языковые средства в большей или меньшей степени.

Поскольку человек использует язык в качестве важнейшего средства общения, преследуя разные цели, структура речевых актов и их классификации

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова, Н. Д. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Н. Д. Арутюнова. – М. : Большая Российская Энциклопедия, 1998. – 685 с.
2. Остин, Дж. Как производить действия при помощи слов? / Дж. Остин // Избранное ; пер. с англ. Л. Б. Макеевой, В. П. Руднева. – М. : Идея-Пресс, 1999. – 332 с.
3. Серль, Дж. Классификация иллокутивных актов / Дж. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. Теория речевых актов / Дж. Серль. – М. : Прогресс, 1986. – Вып. XVII. – С. 170–194.
4. Формановская, Н. И. Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения / Н. И. Формановская. – М. : Ин-т рус. яз. им. А. С. Пушкина, 1998. – 291 с.
5. Васильева, С. Л. Особенности жанра комментария в русском и английском газетно-публицистическом дискурсе : сопоставительный аспект [Электронный ресурс] / С. Л. Васильева // Молодой ученый. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/49/6154> – Дата доступа: 10.02.2019.

требуют дальнейшего исследования с точки зрения каждого из видов с учетом выражаемой ими иллокутивной силы.

#### REFERENCES

1. Arutyunova, N. D. Yazykoznanie. Bolshoy enciklopedicheskiy slovar / N. D. Arutyunova. – M. : Bolshaya Rossiyskaya Enciklopediya, 1998. – 685 s.
2. Austin, J. Kak proizvodit deystviya pri pomoschi slov? / J. Austin // Izbrannoye ; per. s. angl. L. B. Makeevoy, V. P. Rudneva. – M. : Ideya-Press, 1999. – 332 s.
3. Searle, J. Klassifikatsiya illokutivnyh aktov / J. Searle // Novoye v zarubezhnoy lingvistike. Teoriya rechevyh aktov / J. Searle. – M. : Progress, 1986. – Vyp. XVII. – S. 170–194.
4. Formanovskaya, N. I. Kommunikativno-pragmaticheskiye aspekty yedinic obscheniya / N. I. Formanovskaya. – M. : In-t rus. yaz. im. A. S. Pushkina, 1998. – 291 s.
5. Vasilyeva, S. L. Osobennosti zhanra kommentariya v russkom i angliyskom gazetno-publicisticheskom diskurse : sopostavitelnyy aspekt [Elektronnyy resurs] / S. L. Vasilyeva // Molodoy uchenyy. – Rezhim dostupa: <https://moluch.ru/archive/49/6154>. – Data dostupa: 10.02.2019.

РЕПОЗИТОРИЙ