

УДК 81'42:811.161.1:004

UDC 81'42:811.161.1:004

## ЮМОРИСТИЧЕСКИЕ YOUTUBE-КОММЕНТАРИИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ: ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

## HUMORISTIC YOUTUBE-COMMENTS IN RUSSIAN: PRAGMALINGUISTIC ASPECT

**Т. В. Олейников,**

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

**T. Oleinikov,**

*Master of Arts (Pedagogy), Postgraduate Student of the Department of Linguistics and Linguodidactics, Belarusian State Pedagogical University named after Maxim Tank*

Поступила в редакцию 20.08.21.

Received on 20.08.21.

В статье устанавливаются типы юмористических YouTube-комментариев и описываются их особенности с точки зрения лингвистической прагматики. Определяются коммуникативные стратегии и тактики воздействия авторов юмористических комментариев на других пользователей видеохостинга.

*Ключевые слова:* интернет, интернет-коммуникация, интернет-комментарий, коммуникативная интенция, коммуникативная тактика, стратегия воздействия, локутив, иллокутив, перлокутив.

The article establishes types of humoristic YouTube-comments and describes their features from the point of view of linguistic pragmatics. It defines the communicative strategies and tactics of impact of the authors of the humoristic comments on other users of the video-hosting.

*Keywords:* Internet, Internet communication, Internet comment, communicative intention, communicative tactics, strategy of impact, locutive, illocutive, perlocutive.

В конце XX – начале XXI вв. интернет становится одним из важнейших коммуникативных пространств, организуя новые виды дискуссионных площадок (социальные сети, блог-платформы, службы микроблогов, медиа-площадки, социальные сайты, геосоциальные сервисы, видеохостинги и др.), в которых пользователи могут поднять волнующие их темы. В результате возникают новые типы коммуникации. Такие понятия, как *интернет-коммуникация*, *интернет-дискурс* и *интернет-комментарий* оказываются в центре внимания лингвистов. Интернет – открытое пространство, которое в совершенстве подходит для человеческого словотворчества, демонстрации собственно творческой функции языка, но в первую очередь служит для выражения мыслей, эмоций и состояния пользователей. Интернет-комментарии становятся своего рода фрагментами дневниковых записей или же создаются исключительно с оценочно-императивной целью, однако каждый комментарий, как правило, ориентирован на коммуникативное будущее [1; 2]. Интернет-комментарий является образцом спонтанной письменной речи, которая, как правило, написана вне норм классического письма, следовательно, происходит репликация свойств устной и письменной речи, основными характеристиками которой становятся оперативность, мгновенность, естественность конструкций языка, а также «возможность создания поликодовых вариаций» [3–5].

Иллюстративным материалом для данной статьи послужили юмористические интернет-комментарии на русском языке (авторские грамматика и пунктуация сохранены), избранные методом сплошной выборки на видеохостинге YouTube под видеороликами образовательного

и творческого формата, так как, на наш взгляд, юмористические комментарии имеют свои специфические черты, требующие пристального лингвистического анализа. Языковой юмор – общечеловеческая категория, но в то же время данное явление является глубоко национальным [6, с. 66], выполняющим фактическую функцию и способным выразить различные эмоции. Наиболее частотной является группа юмористических YouTube-комментариев, оформленных в виде диалога (комментарии-диалоги):

1. *Рекламодатель: – сколько времени будет идти наша реклама?*  
*Ян: – да.*
2. *Ян: вы разложите на плесень и на липовый мед. Я: а перестройка все идет и идет по плану.*
3. *Учительница математики: 2+2=4*  
*Учительница химии: урод ты или не урод. все равно ты углерод.*
4. *я: жарю картошечку*  
*масло: время пострелять*
5. *Я: вышел за хлебом. Полиция: время пострелять*
6. *Физрук: сегодня бежим кросс. подходит моя очередь*  
*Я: 13:25*
7. *Жону: Дашь списать домашку?*  
*Пушкин: Да, только не списывай точь-в-точь, чтобы не спалили.*  
*Жону: Ок!*
8. *Режиссер: Насколько странным вы хотите видеть свой будущий клип?*  
*Марув: ДА*
9. *Училка: никаких азартных игр в классе*  
*Задние парты:*
10. *Лолита: Я никому ничего не должна!*  
*Коммунальщики: кхе кхе*

## 11. Никто:

*Абсолютно никто:*

*Я в 3 часа ночи: ОНА ВЕРНЕТСЯ ОНА ВЕРНЕТСЯ ОНА ВЕРНЕТСЯ.*

Данные комментарии-диалоги строятся на антропоцентрических (чаще «человек конкретной профессии – человек иной профессии») и пространственных («свой – чужой»; чаще «я – кто-то другой») бинарных оппозициях, являющихся универсальными для русскоязычных людей. Невозможно установить точное происхождение данной формулы спонтанной речи, так как, например, формулы «Я: – ... , – кто-то: – да» и «Никто: (пропуск). Абсолютно никто: (пропуск). Я: – ...» пришли из интернет-мемов, количество которых растет ежеминутно. В самой бинарной оппозиции лежит одна из стратегий коммуникации – противопоставить себя другому человеку, выделить, определить особые черты, охарактеризовать каждый из оппозитивов. Однако отметим, что в каждом из представленных выше комментариев-диалогов одной группы имеется сложность в определении иллокутива и перлокутива: сам локутив – не просто речевой акт, а высказывание-ситуация (смоделированная), в которой есть вымышленные или реальные персонажи. Очевидно, в прогнозе автора комментария реакцией должны послужить улыбка, усмешка или смех. Необходимо отметить, что для понимания таких комментариев пользователями видеохостинга важна пресуппозиция: автор комментария желает получить отклик от единомышленников (людей, которые посмотрели видео и имеют к нему такое же отношение, как автор комментария (содержатся тайм-коды к конкретным фрагментам видеороликов и цитаты), сверстников (используются слова, которые могут быть незнакомы, например, детям: *перестройка, коммунальщики* и др.; или, наоборот, используется сленг), эрудированных людей. Некоторые комментарии включают в себя цитаты из видеороликов (третий, четвертый и пятый комментарии).

Следующая по частотности группа – YouTube-комментарии-анекдоты, которые были созданы авторами самих комментариев: 1) *задача стюардесс: находить пьяных и опасных людей. также стюардессы: вам вино белое или красное;* 2) *знаете кто еще верил в профайлинг?*

*Гитлер!;* 3) *Жизнь, альтернативную нашей, можно найти в общежитии ПТУ;* 4) *почему небо «молчит»? Все просто: они (инопланетяне) получили наши послания, и такие: да нафиг эта планета – настоящий ад!;* 5) *Мы не одни во вселенной, у меня есть соседи;* 6) *Как говорил Винни-Пух какие-то неправильные пчелы;* 7) – *«У многих людей любовь взята в кредит» – А моя в депозит. =]];* 8) *Чрез*

*пару столетий: – Мам, можно я с пацанами на марс сгоняю? – Да, конечно, повеселись там;* 9) *Почему, когда спишь, время идет быстрее? Я не высыпаюсь, потому что ночи короткие, или это я слишком быстро сплю?*

Авторы данной группы комментариев используют разнообразные способы создания анекдотов. Например, графика во втором комментарии требует от читателя открыть его полностью и пролистать до самого конца; в седьмом комментарии автор ставит улыбающийся смайл, указывая на ироничность своего высказывания (необходимо отметить, что используется рифма). В шестом комментарии автор использует аллюзию, что и вызывает комический эффект. Для этой группы комментариев также сложно четко определить иллокутивы и перлокутивы, так как сам локутив чаще представлен небольшой выдуманной историей. Каждый комментарий полностью соотносится с темой видеоролика: это тематические, ситуативные комментарии-анекдоты, тактикой которых является призыв к улыбке, смеху.

Еще одним популярным типом юмористических YouTube-комментариев являются цитаты, использованные в новых условиях:

- 1) *«Я помню все, и все забыл» – я на уроке;*
- 2) *«мимо нас пьяное солнце» – это когда мама встречает сына в 5 утра;*
- 3) *«Урод ты или не урод, все равно ты углерод» поставлю на статус;*
- 4) *Лайк, если пропадаешь в миллионах на век;*
- 5) *я: жарю картошечку  
масло: время пострелять;*
- 6) *Я: вышел за хлебом. Полиция: время пострелять;*
- 7) *Учительница математики: 2+2=4. Учительница химии: урод ты или не урод. все равно ты углерод;*
- 8) *новый челлендж: подходить к людям и запрещать им думать о белом медведе с красным носом.*

Такие комментарии основаны на подставке: автор цитирует фрагмент из видеоролика, но привносит в него изменения посредством упоминания других событий и условий, к которым, на его взгляд, подходит та или иная цитата. То есть сам комический эффект достигается через подмену понятий, через дополнение кем-то созданной реальности новой созданной реальностью. Такие комментарии требуют работы воображения как самих адресантов, так и адресатов, поскольку в лейтмотиве иллокутива звучит следующее: *Вы должны это представить / Представьте.*

Еще одной важной группой является группа юмористических комментариев-ремейков:

- 1) *Пусть заварится лапша, / Хочу чтобы с колбасой / А может даже борщик, / а может быть лапша / Заварится лапша, / И буду кушать я. // А может даже борщик, / а может быть лапша / Ла-ла-ла-ла;*

2) *Ты корова, я пастух / Отгоняю стаю мух, / Будет утром молоко / Очень вкусное оно!*

Такие комментарии содержат переработанные автором строки фрагментов, прозвучавших в видеоролике. Отличительные черты данной группы: они создаются только под видеоклипами к песням; графически оформлены как стихотворения; имеют точные, неточные и приблизительные рифмы к строкам припевов и куплетов песен-оригиналов; авторы данного типа комментариев применяют тактику насмешки. Данные комментарии были замечены исключительно под видеороликами, мнение о которых у пользователей YouTube либо разделилось, либо было в большей степени негативным, нежели позитивным.

Рассмотрим комментарии, которые невозможно однозначно отнести к какой-либо группе, так как они ситуативные – созданы разными способами, имеют различные коммуникативные интенции:

1. *Я: смотрю рекламу. Смотрю рекламу. Смотрю ре... стол что.* Тактика недоумения, насмешки. Иллокутив: «Я хочу донести, что мне сложно поверить, что все, что я посмотрел, было рекламой».
2. *Тимати красива, вытащил клип своим отсутствием!* Адресатом комментария выступает человек, о котором в видеоролике речи не идет. Тактика косвенного оскорбления. Комментирующий выражает свои чувства в сторону адресата комментария.
3. *Рандеву рандеву рандеву – я брошенный лимон.* Комический эффект достигается посредством фонетического приема. Автор комментария озвучивает, как он слышит слова на французском языке. Здесь *брошенный лимон* выступает своего рода омомоном к *au prochain règlement*.
4. *Мне лень копировать комменты, поэтому напишу, что я хочу кушать.* Автор выражает солидарность со всеми слушателями артиста, которые его уважают и желают продвинуть его видеоработу в рейтинге, просто набирая множество комментариев (в том числе бессмысленных). Впрочем, комментирующий демонстрирует одновременно свое безразличие и заинтересованность.
5. *Ребята, сентябрь 2020. Есть выжившие?* Автор комментария оставляет значимый контекст – дату, намекая, что сейчас тяжелое для всех время. Здесь наблюдаем, как комментирующий пытается поднять настроение с помощью юмора, говоря о негативном.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Стеклова, Т. И.* Комментарий как речевой жанр и его вариативность / Т. И. Стеклова // *Жанры речи*. – Саратов : СГУ, 2013. – Вып. 9. – С. 81–87.

Важно отдельно отметить такой феномен, как комментарии к комментариям на YouTube, которые выстраиваются в целые «ветви» и могут насчитывать десятки тысяч «подкомментариев». В качестве примера приведем одну из таких «ветвей» письменного полилога:

– *Биологи – это кучка клеток которые говорят о кучке клеток*

– *Физики – это кучка атомов, которые говорят о кучке атомов. Химики – это кучка молекул, которые говорят об их реакции. Математики – это кучка цифр (1 и 0 как мозг) которые говорят о кучке цифр. Гуманитарии – это просто кучка )))*

– *Баян*

– *Логично*

– *Ты – кучка клеток, которая говорит о кучке клеток, которые говорят о кучке клеток.*

– *Гуманитарии – это элитный слой.*

– *Все – это кварки-глюоны, которые кварк-глюонят о кварках-глюонах.*

– *Технари – это кучка транзисторов, которые говорят о кучке транзисторов.*

– *Не просто кучка, а могучая кучка.*

– *Свежо!*

– *Биологи – это кучка клеток, которые изучают сами себя.*

– *Крутой рофл.*

Интересно проследить, как пользователи видеохостинга подключаются к полилогу, добавляя свои мысли по заданной теме, выстраивая целую юмористическую картину. Одни – стараются соответствовать и с юмором продолжают комментарий, разветвляя его; другие – указывают, что тема / фраза уже не актуальна, так как была часто использована ранее.

Таким образом, нами были выделены следующие типы юмористических YouTube-комментариев: комментарии-диалоги; комментарии-анекдоты; комментарии-цитаты, использованные в новых условиях; комментарии-ремейки; другие комментарии. Локутивом большинства юмористических комментариев выступает не просто речевой акт, а смоделированная ситуация, вымышленная история, в результате чего сложно полно и четко определить ее иллокутив и перлокутив. Авторы таких комментариев, как правило, используют тактику призыва к смеху или тактику насмешки, привлекая внимание единомышленников и надеясь на коммуникативное будущее своего комментария.

#### REFERENCES

1. *Steklova, T. I.* Kommentarij kak rechevoj zhanr i ego variativnost' / T. I. Steklova // *Zhanry rechi*. – Saratov : SGU, 2013. – Vyp. 9. – S. 81–87.

2. *Фенина, В. В.* Ирония в обыденном политическом дискурсе (на материале интернет-комментариев пользователей сайта «Эхо МОСКВЫ») [Электронный ресурс] // CYBERLENINKA. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ironiya-v-obydennom-politicheskom-diskurse-na-materiale-internet-kommentariy-polzovateley-sayta-eho-moskvu>. – Дата доступа: 06.02.2021.
3. *Радина, Н. К.* Семиотика мультимедийного текста: креолизованные тексты в профессиональной онлайн-коммуникации (на материале официального сайта НИУ ВШЭ) / Н. К. Радина, Н. С. Александрова // Вопросы психолингвистики. – 2016. – № 4. – С. 164–180.
4. *Носовец, С. Г.* Редакционный комментарий как элемент новостного текста СМИ в социальных сетях: прагматистические особенности (на материале пабλικов СМИ в «VKontakte») / С. Г. Носовец // Медиаскоп. – М.: МГУ им. М. В. Ломоносова, 2018. – № 2. – С. 17–23.
5. *Савельева, И. В.* Интернет-комментарий как вторичный текст: семантическая модель текстопорождения [Электронный ресурс] / И. В. Савельева // CYBERLENINKA. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-kommentariy-kak-vtorichnyy-tekst-semioticheskaya-model-tekstoporozhdeniya>. – Дата доступа: 07.02.2021
6. *Задорная, В. Я.* Прагматический подход к переводу юмора [Электронный ресурс] / В. Я. Задорная, А. С. Кобышова // CYBERLENINKA. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/pragmaticheskij-podhod-k-perevodu-yumora/viewer>. – Дата доступа: 03.06.2021.
2. *Fenina, V. V.* Ironija v obydennom politicheskom diskurse (na materiale internet-kommentariy pol'zovatelej sajta «Eho MOSKVY») [Elektronnyj resurs] // CYBERLENINKA. – Rezhim dostupa: <https://cyberleninka.ru/article/n/ironiya-v-obydennom-politicheskom-diskurse-na-materiale-internet-kommentariy-polzovateley-sayta-eho-moskvu>. – Data dostupa: 06.02.2021.
3. *Radina, N. K., Aleksandrova, N. S.* Semiotika mul'timedijnogo teksta: kreolizovannye teksty v professional'noj onlajn-kommunikacii (na materiale oficial'nogo sajta NIU VShJe) / N. K. Radina, N. S. Aleksandrova // Voprosy psiholingvistiki. – 2016. – № 4. – S. 164–180.
4. *Nosovec, S. G.* Redakcionnyj kommentarij kak jelement novostnogo teksta SMI v social'nyh setjah: pragmatilisticheskie osobennosti (na materiale pablikov SMI v "VKontakte") / S. G. Nosovec // Mediaskop. – M.: MGU im. M. V. Lomonosova, 2018. – № 2. – S. 17–23.
5. *Savel'eva, I. V.* Internet-kommentarij kak vtorichnyj tekst: semanticheskaja model' tekstoporozhdenija [Elektronnyj resurs] / I. V. Savel'eva // CYBERLENINKA. – Rezhim dostupa: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-kommentariy-kak-vtorichnyy-tekst-semioticheskaya-model-tekstoporozhdeniya>. – Data dostupa: 07.02.2021
6. *Zadornaja, V. Ja.* Pragmaticheskij podhod k perevodu jumora [Elektronnyj resurs] / V. Ja. Zadornaja, A. S. Kobyashova // CYBERLENINKA. – Rezhim dostupa: <https://cyberleninka.ru/article/n/pragmaticheskij-podhod-k-perevodu-yumora/viewer>. – Data dostupa: 03.06.2021.