

**УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ МАКСИМА ТАНКА»**

Объект авторского права

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

**ОЛЕЙНИКОВ  
Томас Владимирович**

**ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ  
YOUTUBE-КОММЕНТАРИЯ В РУССКОМ, ФРАНЦУЗСКОМ  
И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ**

**Автореферат  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук**

**по специальности  
10.02.20 – сравнительно-историческое, типологическое  
и сопоставительное языкознание**

**Минск, 2024**

Работа выполнена в учреждении образования «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка»

**Научный руководитель:** **Кудреватых Ирина Петровна**, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры языкознания и лингводидактики УО «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка»

**Официальные оппоненты:** **Иванов Евгений Евгеньевич**, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой теоретической и прикладной лингвистики УО «Могилевский государственный университет имени А.А. Кулешова»

**Лавицкий Антон Алексеевич**, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой правоведения и социально-гуманитарных наук Витебского филиала Международного университета «Международный институт трудовых и социальных отношений»

**Оппонирующая организация:** УО «Мозырский государственный педагогический университет имени И.П. Шамякина»

Защита состоится «29» октября 2024 года в 13:00 на заседании совета по защите диссертаций К 02.21.01 при учреждении образования «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка» по адресу: 220030, г. Минск, ул. Советская, 18, ауд. 482; e-mail: lingby@gmail.com; телефон ученого секретаря (+37517) 311-20-61.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке учреждения образования «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка».

Автореферат разослан «27» сентября 2024 г.

Ученый секретарь совета  
по защите диссертаций

Д.В. Дятко

## ВВЕДЕНИЕ

Интернет, имея в настоящее время более пяти миллиардов пользователей по всему миру, является одним из самых глобальных достижений научно-технического прогресса в истории человечества. Интернет преодолевает географические границы, культурные барьеры и языковые различия, выступая в качестве универсальной платформы для общения, сотрудничества и инноваций. Интернет воплощает конвергенцию различных областей знаний, и его инфраструктура обеспечивает непрерывное подключение и обмен данными в крупных масштабах, что способствует осуществлению мгновенной коммуникации и взаимодействию в режиме реального времени на разных континентах.

Исследование языка интернета не только освещает процессы языковых изменений в результате цифровизации, но и обеспечивает более глубокое понимание того, как конструируется идентичность, формируются сообщества и осмысливаются различные символы в виртуальном пространстве. Рассматривая речевые феномены, связанные с онлайн-коммуникацией, исследователи характеризуют закономерности использования языка и социокультурную динамику, которые формируют понимание современных коммуникативных практик. Наконец, в области исследования массовых интернет-коммуникаций одним из самых перспективных направлений анализа становится изучение дискурсов в таком виде социального взаимодействия, как интернет-комментарий, который стал своего рода новой формой коммуникации, возникшей и функционирующей в виртуальной среде.

**Актуальность работы** обусловлена следующими факторами:

- 1) соответствием одной из ведущих тенденций современной прагмалингвистики – исследование языковых процессов в цифровой среде;
- 2) необходимостью обобщения результатов специальных работ, посвященных характеристике отдельных речевых актов в русском, французском и китайском языках, что позволит разработать комплексный подход к изучению прагмалингвистического потенциала речевых актов в онлайн-коммуникации;
- 3) недостаточностью существующих исследований и малоизученностью прагмалингвистического потенциала языковых средств, участвующих в реализации речевых стратегий и тактик как способов воздействия YouTube-комментария;

4) потребностью выявления и изучения механизмов информационного влияния, используемого в разных культурных контекстах, что является важным для обеспечения цифровой безопасности государства.

## **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ**

### **Связь работы с научными программами (проектами), темами**

Диссертационное исследование выполнено на кафедре языкознания и лингводидактики УО «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка» в рамках НИР «Когнитивно-дискурсивная структура художественного текста: семантико-синтаксические и лексико-грамматические особенности» (№ ГР 20211256) и кафедральной НИР «Разработка теоретико-методологических оснований, содержания и научно-методического обеспечения подготовки специалистов в области лингводидактики» (2021–2025 гг.).

**Цель диссертационной работы** – выявить прагматические характеристики языковых единиц как средства реализации речевых стратегий и тактик в русских, французских и китайских YouTube-комментариях.

Поставленная цель предполагает решение следующих **задач**:

1) раскрыть акциональный характер лингвистической прагматики как основы интернет-лингвистики;

2) установить специфику интернет-дискурса и его признаки; определить лингвопрагматические характеристики языковых средств, актуализирующих структурные особенности текста;

3) классифицировать жанры интернет-дискурса, выявить особенности интернет-комментария, речевых стратегий и тактик, определяющих выбор языковых средств;

4) обосновать YouTube-комментарий как ключевой элемент онлайн-коммуникации и выявить прагмалингвистические особенности YouTube-комментариев на русском, французском и китайском языках;

5) установить прагмалингвистические различия и сходства YouTube-комментариев на русском, французском и китайском языках.

**Объект исследования** – YouTube-комментарии.

**Предмет исследования** – прагмалингвистический потенциал языковых средств в YouTube-комментариях, используемых говорящими на русском, французском и китайском языках для достижения коммуникативных целей.

**Материалом исследования** послужили 3000 YouTube-комментариев на русском (1000), французском (1000) и китайском (1000) языках, которые

представлены на платформе за последнее десятилетие XXI в., размещенные под видео творческого и образовательного содержания с 2014-го по 2021-й гг.

**Новизна полученных результатов:** впервые в рамках сравнительного языкознания проведено исследование, посвященное прагмалингвистическому потенциалу языковых средств YouTube-комментария на материале русского, французского и китайского языков; осуществлен подробный лингвостилистический анализ эмпирического материала, который позволил ранжировать комментарии по объему, адресации, стилистике, теме и композиции; установлено частотное соотношение реализуемых в комментариях коммуникативных стратегий и тактик, а также определены используемые в них фонетические, лексико-стилистические, морфологические, словообразовательные, синтаксические и пунктуационно-графические языковые средства; выявлены речевые стратегии и тактики во всех YouTube-комментариях банка, которые в процессе анализа классифицированы на основании объема, адресации, стилистики, темы, а также композиции; разработана классификация речевых стратегий YouTube-комментариев: а) поддержки, б) побуждения к действию, в) информирования, г) рассказа, д) рассуждения / предположения, е) негативации, ж) привлечения внимания, з) антитезы, и) трюизма.

#### **Положения, выносимые на защиту**

1. В настоящее время прагматика, выступая частью общей семиотики и философии и аккумулируя достояние теории речевых актов, преобразуется в прагмалингвистику (или лингвопрагматику) как самостоятельный раздел коммуникативной лингвистики, изучающей речевые акты как единицы коммуникации, которые имеют следующую структуру: высказывание, говорящий, адресаты, социальные отношения, предмет речи, пространственно-временной дейксис, практическая цель высказывания, коммуникативный регистр, сопутствующие обстоятельства. С позиции прагмалингвистики язык – инструмент достижения адресантом коммуникативных целей в конкретной коммуникативной ситуации с учетом намерения говорящего и социального контекста. Прагмалингвистика обладает акциональным характером, позволяя не только описывать языковые явления, но и определять функциональные особенности языковых средств, прогнозировать их влияние на коммуникативные процессы в онлайн-общении. Для осуществления интернет-воздействия на адресата различные коммуникативные ситуации требуют использования языковых средств, имеющих прагматическую маркированность: рифмы, ономотопеи, эпитета, метафоры, сленгизма,

гиперболы, парадокса, плеоназма, наречия-интенсификатора, суперлатива, компаратива, указательного местоимения *это*, опущения личного местоимения первого лица, (полу)кальки, неологизма, окказионализма, эмодикона, цитации, аллюзии и др.

2. Интернет-дискурс – это речевое действие, которое осуществляется посредством компьютерных коммуникаций, сети. К основным признакам интернет-дискурса относятся: электронный вид текста, гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность, синхронность / асинхронность, вариативность количества коммуникантов; анонимность, отсутствие визуального контакта, добровольность установления контакта, выражение эмоций через прагмемы и паралингвистические средства; бимодальность, креолизуемость, американизация коммуникативных норм, ювенилизация, виртуализация, презентационность и др. В рамках рассмотрения интернет-дискурса уникальными лингвопрагматическими особенностями, обусловленными ситуацией употребления, обладает каждая часть речи, диктующая объективную, субъективную модальность и фатику как способ эмоциональной вовлеченности адресата в коммуникацию.

3. Жанры интернет-дискурса ранжируются по выделению субжанров, типам дискурса, коммуникативным функциям общения в сети, аналогии с жанрами других сфер общения, технологическому критерию, направленности дискурса. Интернет-комментарий есть отзыв или мнение участника интернет-дискурса, направленное на какой-либо контент или другой комментарий. Классификация интернет-комментариев многоуровневая, поскольку сетевая коммуникация непрерывно подвергается трансформации: интернет-комментарии ранжируются по объему, адресации, теме, стилистике и композиции. Ключевыми особенностями интернет-комментария являются устно-письменный характер речи, языковая игра, использование заимствований, эмоциональность текста, юмористический характер высказываний, аллюзия, опора на исходный материал, совмещение монолога, диалога и полилога. Выбор языковых средств в интернет-комментарии определяется коммуникативной стратегией, предполагающей актуализацию коммуникативных тактик. К ключевым коммуникативным стратегиям в интернет-общении являются стратегии поддержки, рассказа и информирования.

4. Среди YouTube-комментариев на русском языке наиболее репрезентативны комментарии объемом не более 50 слов, посвященные непосредственно контенту без сосредоточения на отдельных деталях видеоролика, имеющие отношение к теме видеоролика, эмоционально-

окрашенные, имеющие двухчастную композицию, актуализующие речевую стратегию поддержки и реализующие различные коммуникативные намерения автора посредством большого количества лингвостилистических средств. Среди YouTube-комментариев на французском языке с наибольшей частотностью используются малые комментарии, посвященные собственно контенту, имеющие отношение к теме видеоролика; эмоционально-окрашенные, двухчастные, включающие завязку и кульминацию/ кульминацию и развязку, актуализующие речевую стратегию поддержки с помощью ряда речевых тактик; приводящие говорящего к достижению перлокутивного эффекта посредством определенных лексико-стилистических, морфологических, словообразовательных, синтаксических и пунктуационно-графических языковых средств. Наиболее распространенными в китайском языке выступают малые по объему YouTube-комментарии, сосредоточенные на отдельных деталях контента, имеющие отношение к теме видеоролика; эмоционально-окрашенные, обладающие двухчастной композицией; актуализующие речевую стратегию поддержки посредством ряда речевых тактик; позволяющие автору комментария реализовать коммуникативную цель с помощью определенного набора языкового инструментария.

5. При сопоставлении структурно-языковых особенностей YouTube-комментариев отмечаются следующие различия: 1) большая часть комментариев на китайском языке посвящается отдельным деталям видеоконтента, комментарии на русском и французском языках обращены ко всему контенту в целом; часть комментариев на русском языке адресована самому говорящему; комментарии, направленные на косвенного адресата, на русском языке – среднечастотны, на французском и китайском языках – низкочастотны; 2) около половины комментариев на французском и китайском языках – одночастные, на русском языке – четверть всех комментариев; трехчастные комментарии на французском языке составляют около одной сотой части банка, на русском и китайском – около одной десятой; 3) в комментариях на французском языке не актуализуются речевые стратегии антитезы и трюизма; комментарии, актуализующие речевую стратегию привлечения внимания, на русском языке высокочастотны, на французском – среднечастотны, на китайском – низкочастотны. Комментарии, реализующие речевую стратегию рассказа, в русском языке являются низкочастотными, во французском и китайском языках – среднечастотными; комментарии, выражающие речевую стратегию информирования, на французском языке низкочастотны, на русском и китайском языках – среднечастотны. Особенности в использовании языковых средств в YouTube-комментариях на разных языках

следующие: только в материале на русском языке выделены фонетические средства (ономатопея и рифма); среди лексических наиболее частотны эпитеты; среднечастотны в русском языке метафора, во французском и китайском языках – метафора и сравнение; низкочастотны во всех языках – парадокс и гипербола; среди морфологических средств наиболее частотны наречия-интенсификаторы, среднечастотны – междометия и обращения (во французском и китайском); суперлативы и компаративы (в русском языке); только в русском языке отмечаются опущение личного местоимения 1-го лица, использование указательного местоимения *это* и контекстуальная замена личного местоимения 1-го лица; среди словообразовательных средств наиболее частотны кальки, среднечастотны неологизмы; эмотиконы наиболее частотны среди синтаксических и пунктуационно-графических средств; среднечастотны восклицания и вопросительные предложения; низкочастотны побудительные предложения; отдельно в русском и французском языках выделяются капс и полное отсутствие знаков препинания, только на китайском – сокращение в соответствии с китайской транскрипцией, дополнительные графические элементы и синтаксический параллелизм.

#### **Личный вклад соискателя ученой степени в результаты диссертации с ограничением их от соавторов совместных исследований и публикаций**

Диссертация является результатом самостоятельно проведенного исследования, выполненного на основе проанализированного и систематизированного фактического материала. Все опубликованные материалы подготовлены без соавторов.

#### **Апробация диссертации и информация об использовании ее результатов**

Основные положения и результаты исследования обсуждались на следующих научных конференциях: III Международная научно-практическая конференция «Лингвистика, лингводидактика, лингвокультурология: актуальные вопросы и перспективы исследования» (Минск, БГУ, 14–15 марта 2019 г.); I Международная научно-практическая конференция «Язык и межкультурная коммуникация: современные векторы развития» (Минск, БГЭУ, 12 апреля 2019 г.); III Международная научно-практическая конференция молодых ученых – магистрантов и аспирантов – «Язык. Коммуникация. Культура» (Москва, ГИРЯ, 20 апреля 2019 г.); II Международная научно-практическая конференция для студентов, магистрантов, педагогов и молодых ученых «Актуальные проблемы языка и культуры: традиции и инновации» (Арзамас, ННГУ, 25 ноября 2019 г.); IV Международная научно-практическая конференция «Лингвистика,



лингводидактика, лингвокультурология: актуальные вопросы и перспективы развития» (Минск, БГУ, 19–20 марта 2020 г.); II Международная научно-практическая конференция «Современные тенденции языкового образования: опыт, проблемы, перспективы» (Арзамас, ННГУ, 23 марта 2020 г.); Международная научная конференция «XIV Танковские чтения», посвященная году качества и 110-летию БГПУ (Минск, БГПУ, 20 сентября 2024 г.).

### **Опубликованность результатов диссертации**

Результаты исследования отражены в 12 публикациях: из них 4 – статьи в научных журналах, включенных ВАК Республики Беларусь в перечень научных изданий для опубликования результатов диссертационных исследований (1,8 авт. л.), 8 – в сборниках научных трудов, альманахах и сборниках материалов по итогам научных конференций (2,4 авт. л.). Общий объем опубликованных материалов составляет 4,2 авт. л. Все публикации выполнены соискателем без соавторов.

**Структура и объем диссертации.** Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка и трех приложений. Общий объем диссертации составляет 404 страницы. Основной текст изложен на 127 страницах (13 таблиц и 38 рисунков представлены непосредственно в тексте работы и занимают 14 страниц). Библиография включает список использованных источников (151 наименование), публикации соискателя (12 наименований) и занимает 16 страниц. Приложения, представляющие банк 3000 YouTube-комментариев на русском, французском и китайском языках предъявлены отдельным томом и насчитывают 261 страницу.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

**Глава 1 «Истоки и современные проблемы исследования прагмалингвистики»** состоит из трех разделов и содержит обзор работ, составляющих теоретико-методологическую базу исследования прагмалингвистики в русском и зарубежном языкознании. Рассматриваются такие понятия, как *прагматика, прагматизм, прагмалингвистика, теория речевых актов, речевой акт, иллюкутивная сила, импликатура, пресуппозиция, прагмалингвистический аспект*. Раскрывается акциональный характер прагмалингвистики как основы интернет-лингвистики.

В разделе 1.1 «Прагмалингвистика: история становления» подчеркивается роль лингвистической прагматики как самостоятельного раздела коммуникативной лингвистики, анализируются работы российских (Н. И. Формановская, Е. Г. Парфенова), немецких (Г. Клаус, Г. Фреге),

американских (Ч. Моррис, Ч. С. Пирс, У. Джеймс, Дж. Г. Мид, Дж. Дьюи, Дж. Серль, Дж. Л. Остин), британских (Г. П. Грайс, П. Браун, П. Стросон, С. К. Левинсон, Дж. Лич) исследователей, посвященные понятийному инструментарию прагмалингвистики и теории речевых актов.

В разделе 1.2 «Проблема определения предмета лингвопрагматики. Понятие прагмалингвистического аспекта» устанавливается предмет прагмалингвистики в рамках различных подходов: 1) язык в употреблении (С. К. Левинсон); 2) процесс приобретения значения высказыванием в конкретных ситуациях (Дж. Н. Лич); 3) условия использования языка коммуникантами в актах речевого общения (В. В. Богданов); 4) поведение языковых знаков в реальных процессах коммуникации (Н. Д. Арутюнова, Б. Ю. Норман); 5) действия субъектов языкового общения (И. П. Сусов), а также ее ключевые направления и проблемы. Отмечается, что прагмалингвистика устанавливает взаимосвязь между языковой формой и коммуникативной функцией, направлена на изучение того, как языковые структуры используются для передачи смысла и достижения коммуникативных целей в ситуации общения.

В разделе 1.3 «Лингвопрагматический потенциал языковых средств» проводится анализ данных, полученных в исследовании белорусского лингвиста Б. Ю. Нормана «Лингвистическая прагматика». Выявляются лингвопрагматические особенности самостоятельных частей речи с позиции их объективной и субъективной модальности, а также фатики.

**Глава 2 «Интернет-коммуникация как новая форма интеракции в сети. Интернет-дискурс и интернет-комментарий»** представлена четырьмя разделами. В разделе 2.1 «Дискурс как объект лингвистического исследования. Интернет-дискурс и его основные характеристики» раскрывается терминологическая полифония мнений исследователей в связи с дефиницией понятия *дискурс*. Приводятся трактовки термина с позиции коммуникативного, социолингвистического, когнитивного, структурного, лингвокультурного, лингвостилистического подходов. В процессе аккумуляции различных точек зрения формулируется определение дискурса, на которое опирается диссертационное исследование: дискурс – сложное коммуникативное событие, зафиксированное в устной или письменной форме, протекающее в определенном коммуникативном пространстве, предопределенное когнитивно и типологически, а также соотнесенное с той или иной культурой или социальной общностью. Определяется дефиниция интернет-дискурса, которая обобщает корректные формулировки ведущих лингвистов: интернет-дискурс есть речевое действие, которое осуществляется посредством

компьютерных коммуникаций, сети. Выделяются основные признаки интернет-дискурса: электронный вид текста, гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность, синхронность, асинхронность, вариативность количества и эксплицированность коммуникантов, бимодальность, металинейность, креолизуемость, американизация, ювенилизация, виртуализация, презентационность, фетишизация (Л. Ю. Щипицина, Е. Н. Галичкина, Н. В. Зудилина и А. В. Щербаков).

В разделе 2.2 «Жанры интернет-дискурса: основные параметры и классификация» приводятся классификации жанров интернет-дискурса, которые ранжируются в зависимости от их основания: классификации Д. Кристала, Е. Н. Галичкиной, Л. Ю. Щипициной, Л. Ю. Иванова, Е. И. Горошко и Т. Л. Поляковой, О. В. Лутовиновой.

В разделе 2.3 «Интернет-комментарий: содержание, структурно-языковые особенности, систематизация, коммуникативные стратегии и тактики» изучаются дефиниции понятий *комментарий*, *интернет-комментарий*, *речевая стратегия* и *речевая тактика*. Определяются ключевые особенности интернет-комментария: устно-письменный характер речи, языковая игра, использование заимствований, эмоциональность текста, юмористический характер высказываний и аллюзия, опора на исходный материал, совмещение монолога, диалога и полилога. Устанавливается последовательность элементов речевого воздействия: цель – стратегия – тактика – перлокутивный эффект. Преследуя цель оправдать ожидания коммуникантов, говорящий использует языковые средства, которые способствуют реализации его коммуникативного намерения. К ключевым речевым стратегиям воздействия в интернет-коммуникации относятся: кооперативные (информативная, аргументативная, побуждающая, стратегия компромисса), некооперативные стратегии (конфронтация, речевая агрессия).

В разделе 2.4 «YouTube-комментарий как феномен коммуникативного взаимодействия» раскрываются функциональные особенности видеохостинга YouTube; обобщаются данные ученых, посвятивших свои работы методике преподавания различных дисциплин, стратегии продвижения на видеохостинге; языку YouTube; современным историческим, политическим, экономическим, социальным и культурным явлениям, предлагаемым на YouTube (А. Э. Нагаева, Дж. М. Сумиала, В. А. Константюк, Л. А. Крылова и А. О. Коновальцева, С. В. Бондаренко, Л. А. Горшкова, Э. Б. Эрхитуева, А. Д. Пейсахович, А. А. Даниличева, Л. А. Долбунова, Е. В. Чистова). Устанавливаются особенности модели коммуникации в YouTube-комментарии.

### Глава 3 «Прагмалингвистические особенности YouTube-комментария» состоит из четырех разделов.

В разделе 3.1 «YouTube-комментарии на русском языке» устанавливается классификация русских YouTube-комментариев с точки зрения их объема, адресации, темы, стилистики, композиции; определяются их коммуникативные стратегии и тактики воздействия, а также языковые особенности в аспекте прагмалингвистики; приводятся количественные показатели, например: *Смотрится на одном дыхании. Нет затянутости, и в то же время, охвачены все важные моменты. Надеюсь, продолжение будет в том же стиле. Благодарю* (малый комментарий, направлен на контент и его создателя, эмоционально-окрашенный, трехчастный; актуализуется речевая стратегия поддержки); *Ты корова, я пастух / Отгоняю стаю мух, / Будет утром молоко / Очень вкусное оно!* (малый комментарий, направлен на контент, соотносится с темой, эмоционально-окрашенный, трехчастный, актуализуется речевая стратегия привлечения внимания и рассказа). Устанавливается, что наиболее частотными выступают комментарии а) объемом не более 50 слов – малые; б) посвященные непосредственно контенту; в) имеющие отношение к теме видеоролика; г) эмоционально-окрашенные; д) двухчастные, включающие в состав завязку и кульминацию или кульминацию и развязку; е) актуализующие речевую стратегию поддержки посредством речевых тактик позитивно-оценочного мнения, похвалы, комплимента, благодарности, пожелания, согласия; ж) реализующие различные коммуникативные намерения говорящего посредством рифмы и ономотопеи; эпитета, метафоры, сленгизма, гиперболы, парадокса, плеоназма; наречия-интенсификатора, междометия, опущения личного местоимения 1-го лица, суперлатива, компаратива, указательного местоимения; (полу)кальки и неологизма / окказионализма; эмоджона, восклицательного, вопросительного и побудительного предложения, цитации, отсутствия знаков препинания и капса.

В разделе 3.2 «YouTube-комментарии на французском языке» выявляются классификации отобранных комментариев и их частотные типы; определяется перечень коммуникативных стратегий и тактик, используемых в комментариях, а также их языковые особенности с позиции прагмалингвистики, например: *Le français est une belle langue. J'aime ta chanson :) Je ne sais pas pourquoi tout le monde continue d'en faire des memes :/ – ‘Французский – красивый язык. Мне нравится твоя песня :) Я не знаю, почему все продолжают делать из нее мемы :/’* (малый комментарий, направлен на контент и его создателя, эмоционально-окрашенный, трехчастный; актуализуются речевые стратегии поддержки и рассуждения); *Je me suis tapé les 2h44 d'une seule traite... C'était sacrément*

*intéressant!* ‘Я провел 2ч44 на одном дыхании ... Это было чертовски интересно!’ (малый комментарий, адресован контенту и создателю, эмоционально-окрашенный, двухчастный, актуализует речевую стратегию поддержки). Устанавливается, что с наибольшей частотностью используются комментарии а) малые; б) посвященные контенту; в) имеющие отношение к теме видеоролика; г) эмоционально-окрашенные; д) двухчастные, включающие в состав завязку и кульминацию или кульминацию и развязку; е) актуализующие речевую стратегию поддержки; ж) приводящие говорящего к достижению перлокутивного эффекта посредством эпитета, метафоры, сравнения, метонимии, сленгизма, парадокса, гиперболы; наречия-интенсификатора, междометия, обращения, компаратива, контекстуальной замены личного местоимения 1-го лица; (полу)кальки и неологизма/окказионализма; эмоджона, восклицательного, вопросительного и побудительного предложения, капса, цитации, отсутствия знаков препинания, знаковых обозначений вместо слов.

В разделе 3.3 «YouTube-комментарии на китайском языке» представлены коммуникативные стратегии и тактики, а также языковые особенности YouTube-комментариев на китайском языке; выявляются количественные показатели, например: 感谢分享! 从此爱上民谣♥ ‘Спасибо, что поделился! С тех пор полюбила народные песни ♥’ (малый комментарий, направлен на создателя контента, эмоционально-окрашенный, двухчастный; актуализуется речевая стратегия поддержки); 麻煩給我的愛人來一杯Mojito ... / 不用麻煩了 不用麻煩了 / 不用麻煩不用麻煩了 不用麻煩了 ‘Пожалуйста, подарите моей любви стакан Мохито ... / Нет проблем, нет проблем / Нет проблем, нет проблем, нет проблем’ (малый комментарий, сосредоточен на детали, эмоционально-окрашенный, трехчастный, реализует речевые стратегии привлечения внимания и информирования). Выявлено, что самыми распространенными выступают YouTube-комментарии а) малые; б) посвященные отдельным деталям контента; в) имеющие отношение к теме видеоролика; г) эмоционально-окрашенные; д) двухчастные, включающие в состав завязку и кульминацию или кульминацию и развязку; е) актуализующие речевую стратегию поддержки; ж) позволяющие автору комментария достичь коммуникативной цели с помощью эпитета, метафоры, сравнения, лексического повтора, гиперболы, парадокса; наречия-интенсификатора, междометия, обращения; (полу)кальки и неологизма / окказионализма; эмоджона, восклицательного, вопросительного и побудительного предложения, знаковых обозначений вместо слов,

дополнительных графических элементов, сокращения в соответствии с китайской транскрипцией, цитации.

В разделе 3.4 «Сравнительно-сопоставительный анализ YouTube-комментариев на русском, французском и китайском языках в прагмалингвистическом аспекте» устанавливается ряд отличий и отмечаются общие закономерности для комментариев на всех заявленных языках. Различия отражают уникальные нормы, условности и коммуникативные практики каждого языкового сообщества. Однако общее, выделенное в комментариях на разных языках, демонстрирует обусловленность YouTube-комментариев природой онлайн-коммуникации, которая сочетает в себе элементы как устного, так и письменного дискурса.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

### **Основные научные результаты диссертации**

1. Современная прагматика, выступая частью общей семиотики и философии и аккумулируя достояние теории речевых актов, преобразуется в прагмалингвистику, которая является самостоятельным разделом коммуникативной лингвистики, изучающей речевые акты как единицы коммуникации, которые имеют следующую структуру: высказывание, говорящий, адресаты, социальные отношения, предмет речи, пространственно-временной дейксис, практическая цель высказывания, коммуникативный регистр, сопутствующие обстоятельства. С позиции лингвопрагматики определяется, как значение конструируется посредством общения, как язык используется для достижения коммуникативных целей с учетом таких факторов, как намерения говорящего, социальный контекст и взаимосвязь между языком и действием. Если прагматика фокусируется на том, как язык используется в контексте для передачи значения, выходящего за рамки буквального толкования слов, теория речевых актов изучает, как говорящие выполняют действия посредством своих высказываний, лингвопрагматика устанавливает взаимосвязь между языковой формой и коммуникативной функцией, рассматривает, как языковые структуры используются для передачи смысла и достижения коммуникативных целей в условиях ситуации общения. Для осуществления интернет-воздействия на адресата различные ситуации общения требуют использование определенных языковых средств, имеющих прагматическую маркированность: рифма, оноματοпея, эпитет, метафора, сленгизм, гипербола, парадокс, плеоназм, наречие-интенсификатор, суперлатив, компаратив, указательное местоимение это, опущение личного

местоимения первого лица, (полу)калька, неологизм / окказионализм, эмотикон, цитация, аллюзия, отсутствие знаков препинания и др. Лингвопрагматика имеет следующие направления: 1) учение о речевом акте Дж. Остина и его последователей (в т. ч. включающее понятия перформатива, локутива, иллокутива, перлокутива); 2) правила и конвенции речевого общения (правила организации диалогового взаимодействия, дискурса, информационного обмена, учета социальных ролей и статусов коммуникантов); 3) характер знаний и потребностей (информационных) собеседников [1; 10; 11].

2. В лингвистике существует полифония мнений о дефиниции понятия «дискурс», как и об основных признаках интернет-дискурса и его жанровом своеобразии. В диссертационном исследовании за основу берется определение дискурса С. В. Речицкой, понимаемое как сложное коммуникативное событие с заданными формой, коммуникативным пространством, а также соотнесенное с конкретной культурой и социальной общностью. Следовательно, интернет-дискурс определяется как речевое действие, которое осуществляется посредством компьютерных коммуникаций, сети. К основным признакам интернет-дискурса относятся: электронный вид текста, гипертекстуальность (нелинейная структура текста), мультимедийность (в тексте присутствуют мультимедийные элементы), интерактивность (текст предполагает активного включения пользователя), синхронность / асинхронность (общение может происходить в режиме реального времени и с задержкой), вариативность количества коммуникантов; анонимность, отсутствие визуального контакта, добровольность установления контакта, выражение эмоций через паралингвистические средства; бимодальность (доступность двух режимов коммуникации), креолизуемость (в тексте объединены различные языковые стили и жанры), американизация коммуникативных норм (присутствие в тексте явлений, который воплощают влияние английского языка и американской культуры), ювенилизация (тенденция к использованию норм игрового молодежного поведения), виртуализация (переход от реального общения к коммуникации в виртуальном пространстве), презентационность (текст оформлен с целью привлечь внимание и произвести впечатление на оппонента) [1; 2; 3].

3. Жанры интернет-дискурса ранжируются по следующим основаниям: 1) по выделению субжанров (электронная почта, чат, мультипользовательский чат, текст в сети); 2) по типам дискурса (персональный, политический, юридический, деловой, рекламный, массово-информационный, педагогический); 3) по коммуникативным функциям общения в сети (информативный, директивный, коммуникативный,

презентационный, эстетический, развлекательный); 4) по аналогии с жанрами других сфер общения (общейинформационный, научно-образовательный, художественно-литературный, непрофессиональное общение, деловой и коммерческий); по технологическому критерию (1-го, 2-го и 3-го веба); по направленности дискурса (дискурсообразующий и дискурсоприобретаемый) и др. Интернет-комментарий стал своего рода новой формой дискурскомуникации, которая возникла и функционирует в виртуальной среде. К ключевым особенностям интернет-комментария относятся: устно-письменный характер речи, языковая игра, использование заимствований, эмоциональность текста, юмористический характер высказываний и цитация, опора на исходный материал, совмещение монолога, диалога и полилога. Интернет-комментарии ранжируются: 1) по объему: а) малые (1–50 слов); б) средние (51–100 слов); в) крупные (более 100 слов); 2) по адресации: а) адресованы автору коренного поста; б) адресованы другому автору комментария; в) адресованы теме коренного поста; в) адресованы какому-либо конкретному человеку, который не присутствует в данном обсуждении; г) не имеют конкретного адресата; 3) по теме: а) имеют отношение к теме коренного поста; б) не имеют отношения к главной теме; 4) по стилистике: а) нейтральные; б) эмоционально окрашенные; 5) по композиции: а) трехчастные (с завязкой, основной частью и развязкой); б) двухчастные (с двумя из указанных частей); в) одночастные (с одной из указанных частей). Преследуя цель оправдать ожидания коммуникантов, говорящий использует речевые стратегии и тактики, которые способствуют реализации его коммуникативного намерения. Так, речевая стратегия есть общая линия речевого поведения, которая определяется интенцией и коммуникативной целью говорящего на основе осознания коммуникативной ситуации, под которой понимается совокупность факторов, влияющих на ход коммуникации. К ключевым речевым стратегиям воздействия в интернет-коммуникации относятся: кооперативные (информативная, аргументативная, побуждающая, стратегия компромисса), некооперативные стратегии (конфронтация, речевая агрессия) и др. В свою очередь, речевая тактика понимается как речевой акт или несколько речевых актов (речевое действие), которые соответствуют конкретному этапу в реализации речевой стратегии и направлены на решение частной коммуникативной задачи этого этапа. Выбор речевой стратегии и тактик дает возможность говорящему определить его коммуникативный стиль (доминантный, ироничный, поучительный, демонстративно-эмоциональный, абстрактно-лаконичный) [2; 7; 11].



4. YouTube-комментарий – особый вид интернет-комментария, имеющий различные функции и цели, который располагается под видеороликами вместе с никнеймом автора комментария и его аватаром. В YouTube-комментариях модель коммуникации «Говорящий – Слушающий» имеет следующие характеристики: выражение отношения к «Слушающему» посредством пунктуации, орфографии, лексики и графики; постановка цели и определение интенции «Говорящего» как призыв, отстаивание позиции, манипуляция и др.; определение технологических особенностей авторов комментариев. Среди YouTube-комментариев на русском языке наиболее репрезентативны комментарии объемом не более 50 слов (96,6%), посвященные непосредственно контенту без сосредоточения на отдельных деталях видеоролика (30,36%), имеющие отношение к теме видеоролика (98,9%), эмоционально-окрашенные (97,1%), имеющие двухчастную композицию (59,7%), актуализующие речевую стратегию поддержки (34,89%) и реализующие различные коммуникативные намерения автора посредством большого количества лингвостилистических средств.

В YouTube-комментариях на французском языке с наибольшей частотностью используются малые комментарии (96,5%), посвященные собственно контенту (44,3%), имеющие отношение к теме видеоролика (99,4%); эмоционально-окрашенные (98,8%), двухчастные, включающие завязку и кульминацию / кульминацию и развязку (47,8%); актуализующие речевую стратегию поддержки (47,17%) с помощью ряда речевых тактик; приводящие говорящего к достижению перлокутивного эффекта посредством определенных лексико-стилистических, морфологических, словообразовательных, синтаксических и пунктуационно-графических языковых средств.

Самыми распространенными в китайском языке выступают малые по объему YouTube-комментарии (96,2%), посвященные отдельным деталям контента (30,58%), имеющие отношение к теме видеоролика (99,5%); эмоционально-окрашенные (97,4%), обладающие двухчастной композицией (46,9%); актуализующие речевую стратегию поддержки (39,95%) посредством ряда речевых тактик; позволяющие автору комментария реализовать коммуникативную цель с помощью определенного набора языкового инструментария [3; 4; 5; 6; 8; 9; 12].

5. При сопоставлении структурно-языковых особенностей YouTube-комментариев на русском, французском и китайском языках отмечаются следующие различия: 1) большая часть комментариев на китайском языке посвящается отдельным деталям видеоконтента (30,58%), тогда как комментарии на русском и французском языках в своем большинстве

(30,36% и 44,3% соответственно) обращены ко всему контенту в целом; только среди комментариев на русском языке выявляются такие, которые адресованы самому говорящему (0,07%); комментарии, направленные на косвенного адресата, на русском языке являются среднечастотными (7,72%), на французском и китайском языках – низкочастотными (0,8% и 2,91% соответственно); 2) одночастные комментарии на французском и китайском языках фактически не отстают по числу от двухчастных (47,8% и 40,7%), тогда как русские комментарии составляют всего 24,1% от общего числа; трехчастные комментарии на французском языке составляют всего 1,3%, комментарии на русском и китайском языках являются более репрезентативными (16,2% и 12,4% соответственно); 3) среди комментариев на французском языке не выявлены такие, в которых актуализуются речевые стратегии антитезы и трюизма, в материале на русском языке – это 3,39% и 0,45%, на китайском – 3,15% и 0,15%; комментарии, в которых актуализуется речевая стратегия привлечения внимания, на русском языке являются высокочастотными (22,68%), на французском – среднечастотными (9,08%), на китайском – низкочастотными (4,66%). Группа комментариев, в которых реализуется речевая стратегия рассказа, в русском языке являются низкочастотными (6,03%), на французском и китайском языках – среднечастотными (16,16% и 17,88% соответственно); группа комментариев, реализующих речевую стратегию информирования, на французском языке является низкочастотной (5,51), на русском и китайском языках – среднечастотной (11,68% и 16,91% соответственно).

Установлены сходства и различия в использовании языковых средств в YouTube-комментариях: а) только на русском языке представлены фонетические средства – рифма и ономотопея; б) среди репрезентативных лексических средств наиболее частотными выступают эпитеты (более 63% в русском, более 48% во французском и более 49% в китайском языках), среднечастотными в комментариях на русском языке выступает метафора (более 23%), на французском и китайском – метафора (более 21% и более 25%) и сравнение (более 14% и более 13%); среди низкочастотных средств только в материале русского языка встречается прием плеоназма (менее 1%), тогда как парадокс и гипербола присутствуют в комментариях на всех языках; в) среди морфологических средств наиболее частотным выступает наречие-интенсификатор (более 33% в русском, более 44% во французском и китайском языках); среднечастотные морфологические средства – междометия (более 15% в русском, более 25% во французском и китайском языках), обращения (только в комментариях французском и китайском языках (более 23%)); суперлативы

и компаративы (более 12%) являются среднечастотными в комментариях на русском языке, на французском выявлены только компаративы (более 3%); в комментариях на русском языке отмечены опущение личного местоимения первого лица (более 13%) использование указательного местоимения *это* (более 12%), контекстуальная замена личного местоимения первого лица (более 11%); г) определены словообразовательные средства (275 на русском, 317 на французском и 316 на китайском языке) – (полу) кальки (наиболее частотные) от английского, итальянского, немецкого и неологизмы/окказионализмы (среднечастотные); д) наиболее распространенным среди синтаксических и пунктуационно-графических средств выступает эмотикон (более 40% в русском, более 47% во французском и китайском языках), восклицательные (более 18% в русских и более 12% во французских и китайских комментариях) и вопросительные предложения (более 18% в русских, более 10% во французских и китайских) являются среднечастотными; побудительные относятся к малочастотным (более 5% в комментариях на всех языках); капс представлен в более 4% русских и более 10% французских комментариев); только на материале китайского языка были выделены сокращение в соответствии с китайской транскрипцией, дополнительные графические элементы и синтаксический параллелизм (более 2%); исключительно в материале русского и французского языков отмечены полное отсутствие знаков препинания (более 4% русских и китайских комментариев).

В процессе сравнительного анализа выявленных особенностей YouTube-комментариев на русском, французском и китайском языках, установлено, что большинство выделенных различий в комментариях на разных языках можно объяснить культурными, лингвистическими и социолингвистическими факторами, которые формируют стили общения, речевые стратегии и языковой выбор представителей разных лингвокультур. Эти различия отражают уникальные нормы, условности и коммуникативные практики каждого языкового сообщества. Однако общее, выделенное в комментариях на разных языках, демонстрирует обусловленность YouTube-комментариев природой онлайн-коммуникации, которая сочетает в себе элементы как устного, так и письменного дискурса. Асинхронный и основанный на тексте характер онлайн-взаимодействий часто приводит к сближению определенных моделей общения и лингвистических особенностей, которые выходят за рамки языковых границ [1; 4; 6].

### **Рекомендации по практическому использованию результатов**

Результаты исследования могут быть использованы при разработке лекционных и практических занятий по сравнительному языкознанию, методике преподавания русского и иностранного языка, по культуре речи, риторике и стилистике, социолингвистике, прагмалингвистике, межкультурной коммуникации. Кроме того, предприятия и организации могут использовать выводы исследования для совершенствования своих стратегий управления социальными сетями, YouTube в частности. Полученные результаты могут быть полезны модераторам онлайн-сообществ и администраторам при управлении обсуждениями на YouTube и других платформах социальных сетей. Создатели контента и маркетологи могут использовать результаты исследований для разработки более эффективных контент-стратегий для цифровых платформ; при разработке систем искусственного интеллекта и алгоритмов обработки естественного языка, которые анализируют и генерируют текстовый контент.

## **СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ СОИСКАТЕЛЯ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ**

### **Статьи в научных журналах, включенных ВАК Республики Беларусь в Перечень научных изданий для опубликования результатов диссертационных исследований**

1. Олейников, Т. В. YouTube-комментарий как речевой акт и его языковые особенности (на материале русского, французского и китайского языков) / Т. В. Олейников // Вестн. БДПУ. Сер. 1, Педагогика. Психология. Филология. – 2019. – № 4. – С. 94–97.
2. Олейников, Т. В. Прагмалингвистический потенциал самопрезентации YouTube-пользователей с помощью никнейма / Т. В. Олейников // Вестн. БДПУ. Сер. 1, Педагогика. Психология. Филология. – 2020. – № 4. – С. 90–93.
3. Олейников, Т. В. Юмористические YouTube-комментарии на русском языке: прагмалингвистический аспект / Т. В. Олейников // Вестн. БДПУ. Сер. 1, Педагогика. Психология. Филология. – 2021. – № 3. – С. 112–115.
4. Олейников, Т. В. Сравнительная характеристика YouTube-комментариев на русском, французском и китайском языках: прагмалингвистический аспект / Т. В. Олейников // Вестн. МГЛУ. Сер. 3, Филология. – 2024. – № 3. – С. 115–123.

### **Статьи в сборниках научных работ**

5. Олейников, Т. В. Языковые особенности YouTube-комментария (на материале русского и китайского языков) / Т. В. Олейников // Традиционная духовная культура восточнославянских и китайского народов : сб. науч. ст. / Гомел. гос. ун-т ; редкол.: В. И. Коваль (гл. ред.) [и др.]. – Гомель, 2019. – Вып. 2. – С. 174–177.
6. Олейников, Т. В. Языковые особенности YouTube-комментария (на материале русского, французского и китайского языков) / Т. В. Олейников // Язык и межкультурная коммуникация: современные векторы развития : сб. науч. ст. по материалам I Междунар. науч.-практ. конф., Пинск, 12 апр. 2019 г. / Полес. гос. ун-т ; редкол.: К. К. Шебеко [и др.]. – Пинск, 2019. – С. 66–71.
7. Олейников, Т. В. Лингвопрагматический аспект личных местоимений 1-го лица единственного числа в YouTube-комментариях (на материале русского и французского языков) / Т. В. Олейников // Актуальные проблемы языка и культуры: традиции и инновации : сб. ст.

участников II Междунар. науч.-практ. конф. для студентов, магистрантов, педагогов и молодых ученых, Арзамас, 25 нояб. 2019 г. / Нац. исслед. Нижегород. гос. ун-т ; редкол.: Л. Н. Набилкина (науч. ред.) [и др.]. – Арзамас, 2019. – С. 172–176.

8. Олейников, Т. В. Лингвопрагматический аспект обращения и названия в YouTube-комментариях (на материале русского, французского и китайского языков) / Т. В. Олейников // Язык и межкультурные коммуникации : сб. науч. ст. / Белорус. гос. пед. ун-т ; редкол.: В. Д. Стариченок (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2019. – С. 174–178.

9. Олейников, Т. В. Лингвопрагматические особенности синтаксических конструкций YouTube-комментариев на русском языке / Т. В. Олейников // Современные тенденции языкового образования: опыт, проблемы, перспективы : сб. ст. участников II Междунар. науч.-практ. конф., Арзамас, 23 марта 2020 г. / Нац. исслед. Нижегород. гос. ун-т ; редкол.: Л. Н. Набилкина (науч. ред.) [и др.]. – Арзамас, 2020. – С. 275–277.

#### **Статьи в материалах и альманахах научных конференций**

10. Олейников, Т. В. Теория речевых актов: история вопроса / Т. В. Олейников // Лингвистика, лингводидактика, лингвокультурология: актуальные вопросы и перспективы развития : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 14–15 марта 2019 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: О. Г. Прохоренко (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2019. – С. 110–114.

11. Олейников, Т. В. Структура речевого акта (на примере YouTube-комментариев) / Т. В. Олейников // Язык. Коммуникация. Культура – 2019 : альм. по итогам III Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых – магистрантов и аспирантов, Москва, 20 апр. 2019 г.) / Гос. ин-т рус. яз. ; отв. ред. В. В. Богуславская. – М., 2019. – С. 139–141.

12. Олейников, Т. В. Лингвопрагматический потенциал грамматических категорий прилагательных в YouTube-комментариях на русском языке / Т. В. Олейников // Лингвистика, лингводидактика, лингвокультурология: актуальные вопросы и перспективы развития : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19–20 марта 2020 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: О. Г. Прохоренко (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2020. – С. 108–111.

## РЕЗЮМЕ

Олейников Томас Владимирович

### **Прагмалингвистический потенциал языковых средств YouTube-комментария в русском, французском и китайском языках**

**Ключевые слова:** прагмалингвистика, интернет-дискурс, YouTube-комментарий, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, лингвостилистические средства, прагмалингвистический аспект.

**Цель исследования** – выявить прагматические характеристики языковых единиц как средства реализации речевых стратегий и тактик в русских, французских и китайских YouTube-комментариях.

**Методы исследования:** общенаучные методы анализа и синтеза, индукции и дедукции, обобщения и конкретизации; метод сплошной выборки, метод контент-анализа, метод лингвостилистического и контекстуально-интерпретационного анализа.

**Полученные результаты и их новизна:** впервые в лингвистике проведено исследование, посвященное прагмалингвистическому потенциалу языковых средств YouTube-комментария на материале русского, французского и китайского языков; предлагается подробный лингвостилистический анализ 3000 комментариев, который позволяет ранжировать их по объему, адресации, стилистике, теме и композиции; установлено частотное соотношение реализуемых в них коммуникативных стратегий и тактик, определены используемые в них фонетические, лексико-стилистические, морфологические, словообразовательные, синтаксические и пунктуационно-графические языковые средства; разработана классификация речевых стратегий YouTube-комментариев: а) поддержки, б) побуждения к действию, в) информирования, г) рассказа, д) рассуждения/предположения, е) негативации, ж) привлечения внимания, з) антитезы, и) трюизма.

#### **Рекомендации по использованию полученных результатов.**

Основные результаты диссертации могут использоваться в методике преподавания русского, французского и китайского языков, лингвокультурологии, лингвопрагматики, лингвострановедения, сравнительно-сопоставительного языкознания, при написании учебных пособий по русскому, французскому и китайскому языкам для школьников и студентов.

**Область применения:** лингвокультурология, лингвострановедение, прагмалингвистика, методика преподавания русского и иностранного языков, культура речи, стилистика.

## РЭЗІЮМЭ

Алейнікаў Томас Уладзіміравіч

### Прагмалінгвістычны патэнцыял моўных сродкаў YouTube-каментарыя ў рускай, французскай і кітайскай мовах

**Ключавыя словы:** прагмалінгвістыка, інтэрнэт-дыскурс, YouTube-каментарый, камунікатыўная стратэгія, камунікатыўная тактыка, лінгвастылістычныя сродкі, прагмалінгвістычны аспект.

**Мэта даследавання** – выявіць прагматычныя характарыстыкі моўных адзінак як сродкі рэалізацыі маўленчых стратэгіі і тактык у рускіх, французскіх і кітайскіх YouTube-каментарыях.

**Метады даследавання:** агульнанавуковыя метады аналізу і сінтэзу, індукцыі і дэдукцыі, абагульнення і канкрэтызацыі; метады суцэльнай выбаркі, метады кантэнт-аналізу, метады лінгвастылістычнага і кантэкстуальна-інтэрпрэтацыйнага аналізу.

**Атрыманыя вынікі і іх навізна:** упершыню ў лінгвістыцы праведзена даследаванне, прысвечанае прагмалінгвістычнаму патэнцыялу моўных сродкаў YouTube-каментарыя на матэрыяле рускай, французскай і кітайскай моў; прапануецца падрабязны лінгвастылістычны аналіз 3000 каментарыеў, які дазваляе ранжыраваць іх па аб'ёме, адрасацыі, стылістыцы, тэме і кампазіцыі; устаноўлены частотныя суадносіны рэалізуемых у іх камунікатыўных стратэгіі і тактык, вызначаны выкарыстаныя ў іх фанетычныя, лексіка-стылістычныя, марфалагічныя, словаўтваральныя, сінтаксічныя і пунктуацыйна-графічныя моўныя сродкі; распрацавана класіфікацыя маўленчых стратэгіі YouTube-каментарыеў: а) падтрымкі, б) падахвочвання да дзеяння, в) інфармавання, г) апавядання, д) разважання/меркавання, е) негатывацыі, ж) прыцягнення ўвагі, з) антытэзы, і) трызму.

#### Рэкамендацыі па выкарыстанні атрыманых вынікаў.

Асноўныя вынікі дысертацыі могуць выкарыстоўвацца ў методыцы выкладання рускай, французскай і кітайскай моў, лінгвакультуралогіі, лінгвапрагматыкі, лінгвакраізнаўства, параўнальна-супастаўляльнага мовазнаўства, пры напісанні вучэбных дапаможнікаў па рускай, французскай і кітайскай мовах для школьнікаў і студэнтаў.

**Галіна выкарыстання:** лінгвакультуралогія, лінгвакраізнаўства, прагмалінгвістыка, методыка выкладання рускай і замежнай моў, культура маўлення, стылістыка.



## SUMMARY

Tomas Oleinikov

### **Pragmalinguistic Potential of Linguistic Features in YouTube Comments in Russian, French, and Chinese**

**Keywords:** pragmalinguistics, Internet discourse, YouTube comment, communicative strategy, communicative tactics, linguistic stylistic features, pragmalinguistic aspect.

**The aim of the research** is to identify the pragmatic characteristics of linguistic features as a means of implementing speech strategies and tactics in Russian, French and Chinese YouTube comments.

**Research methods:** general scientific methods of analysis and synthesis, induction and deduction, generalization and concretization; continuous sampling method, content analysis method, linguistic stylistic and contextual interpretative analysis method.

**The results obtained and their novelty:** for the first time in linguistics a study of pragmalinguistic potential of the linguistic means of YouTube-comments on the material of Russian, French and Chinese languages has been conducted; a detailed linguistic and stylistic analysis of empirical material presented by 3,000 comments is offered, which allows to rank them by volume, addressing, stylistics, theme and composition; a frequent correlation of the communicative strategies and tactics realized in them is established, phonetic, lexical and stylistic, morphological, word formation, syntactic means used in them are determined; a classification of speech strategies of YouTube-comments was developed: a) support, b) prompting action, c) informing, d) storytelling, e) reasoning/assumption, f) negativization, g) attracting attention, h) antithesis, i) truism.

#### **Recommendations of the use of the results obtained.**

The main results of the thesis can be used in the methodology of teaching Russian, French and Chinese languages, in linguocultural studies, linguopragmatics, linguistic geography, comparative and comparative linguistics, in writing textbooks on Russian, French and Chinese languages for pupils and students.

**Scope:** linguoculturology, linguistic and cultural studies, pragmalinguistics, methods of teaching Russian and foreign languages, culture of speech, stylistics.