

ВЕРБАЛЬНЫЕ И НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СПОСОБЫ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ НЕДОВЕРИЯ В КОММЕНТАРИЯХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ YouTube (НА МАТЕРИАЛЕ КОММЕНТАРИЕВ К ВИДЕОРОЛИКАМ О ПРИЛОЖЕНИИ Die Corona-Warn-App)

А. С. Чуб

Северный (Арктический) федеральный университет им. М. В. Ломоносова, Архангельск

Введение. Для описания современных практик речевого общения, используемых в разных сферах личной и институциональной коммуникации, актуальным является анализ различных речевых стратегий, проводимый в рамках дискурсивных и прагмалингвистических исследований современного языкового материала. В связи с этим производится анализ комментариев немецкоязычных пользователей видеохостинга YouTube с целью определения вербальных и невербальных способов реализации стратегии недоверия в интернет-дискурсе.

Цель – анализ вербальных и невербальных способов реализации стратегии недоверия в комментариях пользователей к немецкоязычным видеоматериалам на YouTube.

Материал и методы. Материалом для исследования послужили 43 комментария на немецком языке к 14 видеороликам о разработке приложения-трекера Die Corona-Warn-App. Отбор комментариев осуществлялся в произвольном порядке, далее материал подвергался контекстуальному, семантическому и прагмалингвистическому анализу.

Результаты и обсуждение. Комментарий рассматривался как жанр публичной дискуссии, отражающий определенное намерение автора, его отношение к обсуждаемому объекту действительности, реализуемый посредством различных вербальных и невербальных средств. Отбор данных средств позволяет автору комментария реализовать определенные речевые стратегии. Речевые стратегии, реализуемые в сетевых комментариях на платформе YouTube, могут быть классифицированы согласно критерию «сохранение коммуникативного равновесия». На основании данного критерия могут быть выделены две группы стратегий: кооперативные и некооперативные (стратегии кооперации и конфронтации). Стратегия недоверия рассматривается нами как асертивная речевая стратегия, в основе которой лежит признак оценочности, позволяющий дифференцировать отношение говорящего к обсуждаемому объекту по шкале «хорошо/плохо». Данная стратегия направлена на выражение критики, скептицизма и сомнения по отношению к определенному событию или явлению. Иными словами, посредством стратегии недоверия данное событие или явление наделяется признаком «отклонения от нормы». Реализации данной стратегии способствует совокупность определенных тактик: гиперболизации, устрашения, аллюзий, насмешки, доведения до абсурда. В сетевых комментариях стратегия недоверия выражается при помощи различных вербальных и невербальных средств, которые могут быть использованы как изолированно друг от друга, так и в определенных комбинациях.

Заключение. Анализ сетевых комментариев к видеороликам о разработке приложения-трекера Die Corona-Warn-App на немецком языке позволил выявить набор определенных вербальных и невербальных способов реализации стратегии недоверия в одном из актуальных и современных жанров интернет-коммуникации. Исследование может быть продолжено обращением к анализу языкового материала других жанров и других пространственных языков мира, тем самым внося вклад в изучение механизмов эффективной коммуникации.

Ключевые слова: интернет-дискурс, сетевой комментарий, речевые стратегии и тактики, стратегия недоверия, вербальные и невербальные средства, немецкий язык.

Введение

Активное развитие современных информационных технологий и возможностей интернет-пространства привело к широкому распространению интернет-коммуникации, которая, с одной стороны, значительно упростила общение между людьми в техническом и географическом отношении, а с другой – определила новые вызовы для всех ее участников. Одними из несомненных преимуществ виртуальной коммуникации можно считать ее динамичность, интерактивность, демократичный характер и открытость. Предоставляя каждому пользователю возможность быть участником дискуссии, выражать свое мнение относительно актуальных событий в мире посредством комментариев к новостям, интернет-пространство выполняет функцию эффективной коммуникативной сре-

ды, часто практически не ограничивая сам процесс коммуникации. В подобных условиях, которые на первый взгляд представляются весьма хаотичными и анархичными по своему характеру и организации, особую актуальность приобретает вопрос о том, насколько эффективной является виртуальная коммуникация и какие цели преследуют коммуниканты в процессе общения?

Ответ на этот вопрос может быть получен посредством анализа речевых стратегий и тактик, к которым прибегают участники интернет-коммуникации при обсуждении разных тем. Выбор темы для составления комментариев может быть достаточно показательным: если взять актуальную и злободневную тему, волнующую многих пользователей, то дискуссия будет более активной, а мнения пользователей достаточно разнообразными и

спонтанными, тем самым отражая реальные практики общения.

В данной статье мы предлагаем обратиться к комментариям немецкоязычных пользователей YouTube к актуальным видео о приложении для отслеживания контактов с носителями COVID-19 как актуальной и злободневной теме для живых дискуссий.

Пандемия коронавируса и стремительный рост заболеваемости и смертности на ее фоне по всему миру стали серьезным испытанием для общества. С момента появления первых заболевших правительствами разных стран предпринимаются попытки предотвратить дальнейшее распространение вируса посредством реализации политики полного или частичного локдауна.

Однако полное ограничение контактов среди людей представляется невыполнимой задачей, поскольку предприятия определенных отраслей экономики не могут перевести своих сотрудников полностью на дистанционный режим работы. Помимо этого, негативное восприятие населением ограничительных мер со стороны правительства и растущее эмоциональное напряжение в обществе, вызванное продолжительным локдауном, привели к полному неприятию вводимых ограничений и даже к формированию позиции «COVID-диссидентства», базирующегося на отрицании серьезности пандемии и презрительном отношении к людям, соблюдающим меры предосторожности.

В данных условиях особую актуальность наряду с ограничительными мерами приобрели меры по информированию общества, реализации которых способствовали различные мобильные приложения, направленные на оповещение пользователей об их контактах с потенциальными носителями вируса. Приложения по отслеживанию COVID-19, или приложения-трекеры, позволяют людям получать уведомления об их контактах с носителями вируса. Данные приложения используют цифровое отслеживание по сигналам GPS и Bluetooth. Такие приложения, с одной стороны, решают важную задачу своевременного оповещения в условиях перегруженности системы здравоохранения и медицинских служб, при которых люди часто не могут оперативно получить необходимую информацию о распространении коронавирусной инфекции, а с другой – вызывают вопросы в аспекте защиты конфиденциальных данных.

В обществе, основу которого составляют понятия либеральных свобод и защиты личной информации и данных, любые попытки государства вмешаться в частную жизнь наталкиваются на острую критику и недоверие со стороны граждан. Даже если определенные мероприятия направлены исключительно во благо населения и не подразумевают нарушения их конституционных свобод, сами

понятия «мониторинг», «отслеживание» или «трекинг» несут в себе негативную коннотацию. Поэтому в большинстве случаев такие слова отсутствуют в названиях мобильных приложений, они заменяются на более позитивные понятия, отражающие главную роль таких приложений в решении глобальной проблемы распространения пандемии: COVIDSafe (Австралия), Stopp Corona (Австрия), Stay Home Safe (Гонконг), NOVID (США), COVID Shield (Шри-Ланка) и т. д.

Анализ комментариев к публикациям электронных СМИ и видеоматериалам, размещаемым в сети Интернет, позволяет сформировать представление об отношении общества к разрабатываемым приложениям, поскольку комментарий как жанр публичной дискуссии представляет собой механизм формирования общественного мнения и средство языкового конструирования социальной реальности [1, с. 146]. С помощью комментариев и использующихся в них вербальных и невербальных способов акцентирования информации пользователи сети формируют свое оценочное суждение по отношению к данным мобильным приложениям, реализуя определенные стратегии и тактики и обозначая конкретные позиции и установки.

Соответственно, задачей данного исследования является анализ комментариев немецкоязычных пользователей YouTube к видеороликам о приложении-трекере для определения вербальных и невербальных способов реализации стратегии недоверия. Для решения данной задачи представим базовые теоретические понятия (сетевой комментарий, речевая стратегия и недоверие), а также характеристику источника практического материала – видеохостинга YouTube.

Теоретические основы исследования

YouTube представляет собой виртуальную коммуникативную среду, важнейшей характерной чертой которой является интерактивность, обеспечивающая вовлеченность широкого круга пользователей сети Интернет в процесс коммуникации. Предоставляя широкие возможности для публикации пользовательского контента, YouTube обеспечивает постоянную смену ролей коммуникантов, позволяя зрителям переходить в разряд потенциальных авторов контента и наоборот. Столь демократичный характер среды данного видеохостинга в совокупности с высоким уровнем интерактивности приводит к увеличению объема контента, реализуемого посредством аудиовизуального и вербального (текстового) каналов.

Коммуникация, опосредованная YouTube, может быть охарактеризована как «мультиподъектное взаимодействие» (multiparty interaction), что противопоставляется традиционной модели диалогическо-

го взаимодействия и подразумевает вовлечение большого количества участников в процесс коммуникации [2, с. 38]. Вербальная коммуникация, осуществляемая посредством YouTube, обладает совокупностью характеристик, позволяющих рассматривать ее в качестве частного случая полилогического общения. К таким характеристикам относятся комплексность, гибкость, нестабильность и непредсказуемость.

Полилогический характер YouTube коммуникации проявляется на двух уровнях. Первый уровень реализуется посредством активного комментирования пользователями, которые взаимодействуют друг с другом в рамках одного полилога в контексте двустороннего общения «комментатор – комментатор» или межгрупповой дискуссии. Второй уровень мультисубъектного взаимодействия подразумевает вовлечение в процесс коммуникации потенциальной аудитории обычных пользователей, которые не являются активными комментаторами, а пассивно участвуют в полилоге [3, с. 503]. Текущее исследование направлено на первый уровень мультисубъектного взаимодействия, а именно на комментарии пользователей к видеоконтенту.

Несмотря на то, что каждый комментарий на странице YouTube может рассматриваться как отдельная текстовая единица, видео и комментарии сосуществуют в соответствии с определенной моделью, которая характеризуется как «партиципаторное представление» (*participatory spectacle*) и подчеркивает, с одной стороны, коллаборативный характер производства контента и отклика на него в виде комментариев, лайков или дизлайков, а с другой – визуальную составляющую контента. Воспринимаемые как единое органическое целое, партиципаторные представления обладают рядом характерных черт: полиавторностью, мультимодальностью, мультимедийностью, диалогичностью; они динамично расширяются и не ограничены во времени [4, с. 50]. Ключевой для данного исследования характеристикой является диалогичность, заключающаяся не только в наличии очевидной возможности комментирования контента, но и в интертекстуальном характере связи комментариев и видео. Такая связь играет важнейшую роль в процессе формирования пользователями мнения и оценочных суждений по отношению к какому-либо объекту, факту, процессу или событию.

В отношении интертекстуальности и степени релевантности комментария к тематике видео выделяются релевантные и нерелевантные комментарии [5, с. 50]. Релевантные включают непосредственное мнение пользователя о самом видео и содержащейся в нем информации и представляют собой наибольшую ценность с позиции сентимент-анализа. В категории релевантных комментариев

выделяются также декларативные, компаративные, комментарии, выражающие прямое мнение, и комментарии, содержащие дополнительную информацию. Однако нередко выделение однозначных типов внутри категории релевантных комментариев оказывается затруднительным, что связано с многоаспектностью намерения автора комментария: например, в том случае, если выражение мнения происходит через сопоставление нескольких предметов, событий или фактов. Ряд иных классификаций комментариев предполагает выделение приемлемых (*accepted*) и неприемлемых (*unaccepted*) [6], а также дискуссионных, сниженных и существенных комментариев (*discussion, inferior, substantial comments*) [7]. В своем исследовании мы рассматриваем релевантные комментарии, отражающие субъективные оценочные суждения пользователей и направленные на выражение недоверия.

Задачи текущего исследования обуславливают необходимость разграничения понятий «речевая стратегия» и «речевая тактика». Под речевой стратегией принято понимать совокупность речевых действий, направленных на решение общей, глобальной коммуникативной задачи, тогда как речевая тактика определяется как одно или несколько действий, способствующих реализации стратегии [8, с. 109]. Речевая стратегия определяет семантический, стилистический и прагматический выбор говорящего. Иными словами, общий «стиль» взаимодействия при наличии наиболее общей коммуникативной цели определяется речевой стратегией [9, с. 277].

В интернет-дискурсе коммуниканты используют широкий диапазон стратегий и тактик, что обусловлено наличием различных прагматических целей и задач, степенью интенсивности и актуальностью стимула (в данном случае – видео), побуждающего пользователей принимать активное участие в процессе коммуникации посредством комментирования видеоконтента и участия в групповых дискуссиях. К основным стратегиям, выделяемым в исследованиях интернет-дискурса, относятся стратегии кооперации и конфронтации [10] или кооперативные и некооперативные стратегии [11]. Примерами стратегий кооперации, реализуемых в комментариях пользователей YouTube, служат стратегии искренности и солидаризации, которые, в свою очередь, составляют тактики признания, выражения согласия, развития темы, смягчения, отвода критики, информирования. Среди конфронтационных стратегий выделяется стратегия дискредитации, реализуемая посредством тактики оскорбления, насмешки, обвинения, критики. Ирония также рассматривается как пример конфронтационной стратегии, хотя она может и не содержать угрозы статусу собеседника.

В рамках кооперативных и некооперативных стратегий возможна реализация вспомогательных стратегий: согласия, одобрения, открытого воздействия и т. д. – для кооперативных стратегий; неодобрения, несогласия, пресуппозиции, обобщения, сомнения – для конфронтационных стратегий.

Значительная доля комментариев пользователей YouTube к видео об актуальных событиях в мире содержит элементы критики, несогласия и скептицизма, являющихся отражением позиции недоверия говорящего по отношению к данным событиям. Понятия недоверия и доверия обладают общим признаком оценочности, что позволяет разделять отношение говорящего по двум признакам: «хорошо» и «плохо» [12, с. 169]. При этом отмечается, что положительный полюс данной шкалы находится ближе к норме и даже приравнивается к ней, тогда как отрицательный всегда предполагает отклонение от нормы.

Анализ комментариев к новостным видеороликам о разработке приложений для отслеживания контактов носителей COVID-19 позволил нам выделить стратегию недоверия в качестве одной из ассертивных стратегий, к которым прибегают пользователи для выражения негативной оценки по отношению к этим приложениям. Стратегия недоверия в исследуемом дискурсе реализуется посредством совокупности тактик, наиболее частотными из которых являются тактика гиперболизации, проведения аналогий (аллюзий), устрашения, доведения до абсурда, насмешки.

Материал и методы

В настоящем исследовании мы сосредоточились на анализе комментариев пользователей видео-хостинга YouTube к видеороликам о мобильном приложении Die Corona-Warn-App, разработанном в Германии. Учитывая складывающуюся тенденцию к «COVID-диссидентству» и неприятию ограничительных мер в обществе, мы акцентировали внимание на позиции недоверия, которая формируется у пользователей сети Интернет по отношению к данному приложению и выражается посредством различных языковых средств.

Нами были проанализированы секции комментариев к 14 видео на немецком языке, посвященным разработанному приложению. В результате анализа отобрано 43 комментария (без учета дублирующихся записей пользователей), которые в той или иной степени выражают позицию недоверия пользователей по отношению к данному приложению. Отбор комментариев осуществлялся в произвольном порядке, далее материал подвергался контекстуальному, семантическому и прагматическому анализу.

Приложение Die Corona-Warn-App, разработанное концернами Deutsche Telekom и SAP, не является обязательным для установки на все мобильные устройства. Его загрузка и установка носят добровольный характер. Тем не менее анализ статистики загрузок на официальном сайте приложения позволяет отметить постоянный рост скачиваний с 22 сентября 2020 г. (более 18 млн) по 10 декабря 2020 г. (23,8 млн) [13]. В отличие от китайского приложения, которое полностью отслеживает все передвижения пользователя и переправляет властям собранные данные, немецкое приложение не определяет местоположение пользователей. Приложение не следит за тем, где находятся те, кто его установил, но оно показывает, какие пользователи приложения находились рядом с инфицированными. Для этого используется технология передачи данных Bluetooth. Однако сам факт внешнего контроля и передачи данных о заболевшем воспринимаются пользователями с недоверием, о чем можно судить по их комментариям. Об этом говорят и некоторые цифры официальной статистики: в июне 2020 г. (на момент реализации приложения) 57 % опрошенных высказали мнение о том, что приложение может быть использовано правительством для шпионажа за гражданами, к августу процент опрошенных, разделяющих подобное мнение, снизился, но все же остался на достаточно высоком уровне (44 %) [14].

Отобранные видеоролики рассматривают преимущества разрабатываемого приложения Die Corona-Warn-App в борьбе с распространением COVID-19. Мы провели семантический анализ каждого комментария, определив полюс оценки рассматриваемого объекта (хорошо/плохо). В случае с отрицательным полюсом оценки, что для нас равносильно выражению стратегии недоверия, подвергли отрицательные комментарии прагматическому и контекстуальному анализу, выявив используемые в них тактики стратегии недоверия и характерные для каждой тактики вербальные и невербальные средства.

Результаты и обсуждение

В проанализированных комментариях стратегия недоверия часто выражается именно за счет референции к явлениям (аллюзиям), которые имеют явно отрицательную оценку со стороны общества, что связано с их негативной ролью в процессе исторического развития государства. В подобных комментариях наиболее интересны отсылки к таким реалиям, как Stasi (министерство государственной безопасности ГДР), самому понятию шпионажа, доносам, скандалам, связанным с утечкой персональных данных, порабощению и т. д. На вербальном уровне референция к указанным явлениям

осуществляется посредством использования комментаторами лексических единиц, имеющих негативное коннотативное значение в контексте исследуемого дискурса: Stasi, Corporation Umbrella, Spionage, Versklavung, Überwachung:

(1) «Rki die neue Stasi xd und den meisten Leuten ist das egal» (Rki – Robert Koch-Institut. – А. Ч.) [15].

(2) «Corporation Umbrella» [16].

(3) «Ich würde euch raten die App nicht runter zu laden !!!! Alles Spionage!!!!» [17].

(4) «Bitte liebe Menschen die noch etwas Resthirn besitzen, nicht diese Überwachungs App installieren. Sie wird euch nur Schaden!» [18].

Цитирование слов автора видеоролика, рассказывающего о функционале нового приложения, добавляет оттенок иронии и подразумевает тем самым прямо противоположную идею в контексте приведенных выше комментариев о высоких рисках утечки данных пользователей приложения:

(5) «Eure Privatsphäre ist uns sehr wichtig» [19].

Интерес представляют также отсылки авторов комментариев к классическим произведениям, основная идея которых заключается в описании мироустройства в атмосфере тотального контроля над частной жизнью. Ярким примером таких аллюзий является упоминание английского писателя Дж. Оруэлла, автора знаменитых антиутопий «1984» и «Скотный двор»:

(6) «Perfekte Ueberwachung von Menschen. Wer ist hier ein Verschwörungstheoretiker? Willkommen bei Gorge Orwell. Ich schaffe mein Handy ab!» [15].

Популярной идеей, через которую выражается позиция недоверия, является идея чипирования, составляющая основу современных конспирологических теорий о происхождении коронавируса:

(7) «Heute die App – morgen gechippt» [16].

(8) «Bundestrojaner 2.0» [16].

В некоторых случаях эта идея приобретает характер насмешки за счет использованных приемов иронии и гиперболы:

(9) «Fehlt nur noch die Antenne im Arschloch» [20].

Гипербола как стилистический прием играет важную роль при выражении позиции недоверия. В большинстве случаев при помощи гиперболы комментаторы передают идею о том, что они скорее предпочтут выбросить свой телефон, нежели установить на него приложение-трекер, особенно в том случае, если это нужно будет сделать обязательно:

(10) «Wenn es zur Pflicht wird schmeiß ich mein Smartphone weg» [21].

(11) «...lieber werfe ich mein Handy in den Müll» [15].

Идея использования государством приложения-трекера в качестве инструмента слежки за частной жизнью граждан выражается также при помощи метафор:

(12) «Das ist ja alles schön und gut... Ich frage mich nur, wo bleibt eigentlich unser Kapitän zur See?» [22].

В данном комментарии роль государства метафорически выражается при помощи слова *Kapitän*, и сам автор задает риторический вопрос о том, кто в действительности будет управлять нашей жизнью с внедрением приложения.

Среди наиболее частотных вербальных средств выражения позиции недоверия были отмечены также следующие: 1) конструкции с отрицанием: Niemals, Nein, danke, Meine Daten kriegt ihr nicht, Nicht installieren, Einfach nur nein, die App ist sinnlos и т. д.; 2) сленговые выражения и обценная лексика:

(13) «Nein danke Datenschutz das ich nicht lache lasst die Hände davon» [15].

(14) «Niemals! Spionage App» [18].


(15) «Meine Daten kriegt ihr nicht» [23].

(16) «NICHT INSTALLIEREN! ist eine Spionage App!» [24].

(17) «Einfach nur NEIN. Wer sich freiwillig tracken lassen will dann bitte» [15].

(18) «...mir scheißegal, was die versprechen...ich installiere das NICHT!!! Deutschland hat über 83 Millionen Einwohner und aktuell knapp 50 00 Infizierte...» [18].

На невербальном уровне позиция недоверия выражается или акцентируется и усиливается наряду с вербальными средствами при помощи таких средств, как «смайлики» или «эмодзи», многократный повтор восклицательного знака и капитализация графем. Данные средства несут исключительно негативную оценку и выражающие полное неприятие информации комментаторами, многократный слитный повтор одной и той же графемы с целью передачи негативного отношения комментатора. Указанные средства выражения эмотивности в сетевых комментариях стали типичным явлением в современной интернет-коммуникации [25]:

(19) «Man installiert sich freiwillig einen Trojaner der sämtliche Daten auf dem Handy  ausspioniert... Wir unterschreiben bei jedem Arzt eine Datenschutzerklärung und hier werden alle Daten auf dem Handy abgegriffen!» [20].

(20) «YeAhh... Staatliche Überwachung leicht gemacht ! Super App... NICHT!!!!» [17].

(21) «SO EIN QUATSCH!!!! WER BRAUCHT SOWAS – SCHALT DEIN HIRN EIN!!!! UND HÖRT AUF ARD UND ZDF ANZUSCHAUEN!!!!» [17].

В примерах 20 и 21 повтор восклицательного знака направлен на усиление степени эмоциональности комментария. Использование эмодзи (пример 19), а также частичная (пример 20) и полная (пример 21) капитализация графем решают комплексную задачу акцентирования значимой информации в пределах комментария и выражения эмоциональности автора комментария.

Заключение

Таким образом, анализ комментариев немецкоязычных пользователей к новостям о разработке приложения-трекера позволил нам получить представление о том, с помощью каких вербальных и невербальных средств комментаторы выражают стратегию недоверия в рамках интернет-дискурса. Как показывают приведенные примеры, выражение недоверия достигается за счет формирования пользователями отрицательного образа государства как своего рода «шпиона», единственная роль которого заключается в осуществлении контролирующей функции посредством разрабатываемого антиковидного приложения-трекера. Такой эффект

создается при помощи аллюзий на негативные исторические и общественные явления, слов, имеющих негативное коннотативное значение, вульгарной лексики и различных стилистических приемов, подчеркивающих негативное отношение аудитории к данной теме.

Перспективой исследования является дальнейшее изучение вербальных и невербальных способов реализации различных речевых стратегий, в том числе стратегии недоверия в устно-речевых жанрах интернета, а также сравнения комплекса вербальных и невербальных средств, выявленных в данном исследовании, с выражением стратегии недоверия на других языках.

Список литературы

1. Лабутина В. В. Речевая стратегия дискредитации в дискурсивной практике комментария сетевого медиаконтента // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. № 4 (34). С. 145–150.
2. Dynel M. Participation framework underlying YouTube interaction // Journal of Pragmatics. 2014. Vol. 73. P. 37–52. DOI: 10.1016/j.pragma.2014.04.001
3. Bou-Franch P., Lorenzo-Dus N., Blitvich P. Social Interaction in YouTube Text-Based Polylogues: A Study of Coherence // Journal of Computer-Mediated Communication. 2012. Vol. 17. P. 501–521. DOI: 10.1111/j.1083-6101.2012.01579.x
4. Tannen D., Trester A. Discourse 2.0: Language and new media. Georgetown University Press, 2013. 258 p.
5. Asad Ullah Rafiq Khan, Madiha Khan, Mohammad Badruddin Khan. Naïve Multi-label Classification of YouTube Comments Using Comparative Opinion Mining // Procedia Computer Science. 2016. Vol. 82. P. 57–64. DOI: 10.1016/j.procs.2016.04.009
6. Siersdorfer S., Chelaru S., Nejd W., San Pedro J. How useful are your comments? Analyzing and predicting YouTube comments and comment ratings // Proceedings of the 19th International Conference on World Wide Web. Raleigh, North Carolina, 2010. P. 891–900.
7. Schultes P., Dörner V., Lehner F. Leave a Comment! An In-Depth Analysis of User Comments on YouTube // Wirtschaftsinformatik Proceedings. 2013. Vol. 42. P. 659–673.
8. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Изд-во ЛКИ, 2008. 288 с.
9. Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / пер. с англ. В. В. Петрова. М.: Прогресс, 1989. 312 с.
10. Деманова Д. Е. Речевые стратегии и тактики пользователей видеохостинга YouTube (на материале комментариев к англоязычным трейлерам) // Филологические этюды: сб. науч. ст. молодых ученых. 2017. Вып. 20, ч. 3. С. 268–272.
11. Зуйкова М. М. Речевые стратегии коммуникантов в Интернет-дискурсе (на базе англоязычных форумов) // Academy. 2019. № 2 (41). С. 70–73.
12. Жабина Е. В. О соотношении лингвистических и экстралингвистических компонентов при выражении доверия/недоверия в современных немецких политических текстах // Вестн. Тамбовского гос. ун-та. 2007. № 4 (48). С. 168–174.
13. Statista. Anzahl der Downloads der Corona-Warn-App über den Apple App Store und den Google Play Store in Deutschland von Juni 2020 bis Februar 2021. URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1125951/umfrage/downloads-der-corona-warn-app/> (дата обращения: 20.03.2021).
14. Scholz Kay-Alexander. Too few Germans using coronavirus pandemic tracing app. URL: <https://www.dw.com/en/too-few-germans-using-coronavirus-pandemic-tracing-app/a-54970227> (дата обращения: 23.03.2021).
15. Die Corona-Warn-App ist startklar – so funktioniert die App | CHIP. URL: https://www.youtube.com/watch?v=oOyEFxxXWEI&ab_channel=CHIP (дата обращения: 20.02.2021).
16. So funktioniert die «Corona-Warn-App». URL: https://www.youtube.com/watch?v=YB_nEWTz1vQ&ab_channel=SPD (дата обращения: 20.02.2021).
17. Corona-Warn-App: Alles was du wissen musst! URL: https://www.youtube.com/watch?v=p6heNMjN_t0&ab_channel=neuland.tips (дата обращения: 24.02.2021).
18. Solltet Ihr die Corona-App installieren? Alle Infos zu Funktion & Datenschutz der Corona Warn-App. URL: https://www.youtube.com/watch?v=I3C9BrC9I-8&ab_channel=PC-WELT (дата обращения: 01.03.2021).
19. Let's Play Corona-Warn-App Ep. 1: Deutschland sucht den Superspreader. URL: https://www.youtube.com/watch?v=pBX-eIH5A_Y&ab_channel=Leon (дата обращения: 03.03.2021).
20. Werbespot Corona-Warn-App (2020) [1080i nativ]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Z4fCbuZqo6M&ab_channel=BasicMasterReloaded (дата обращения: 03.03.2021).
21. Was kann die Corona-Warn-App? Lässt sich Covid-19 an der Stimme erkennen? | Fragen & Antworten | BR. URL: https://www.youtube.com/watch?v=XvginTrl1Ts&ab_channel=BayerischerRundfunk (дата обращения: 09.03.2021).

22. So funktioniert die Corona-Warn-App. URL: https://www.youtube.com/watch?v=HwMa5GWuAFk&ab_channel=DERSPIEGEL (дата обращения: 12.03.2021).
23. Oh mein Gott die Corona Warn-App ist rot und zeigt Risiko-Begegnungen an, was nun? URL: https://www.youtube.com/watch?v=g0WCGTC-ds8&ab_channel=DrRChannel (дата обращения: 12.03.2021).
24. Corona-Warn-App in der Kritik: Lücken im Warnsystem. URL: https://www.youtube.com/watch?v=JfpXcM1RSG8&ab_channel=ZDFheuteNachrichten (дата обращения: 15.03.2021).
25. Белова А. Д. Эмоциональная составляющая комментариев в YouTube // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. Київ, 2013. С. 33–39.

Чуб Алексей Сергеевич, аспирант, Северный (Арктический) федеральный университет им. М. В. Ломоносова (Набережная Северной Двины, 17, Архангельск, Россия, 163002).
E-mail: alexeychub22@gmail.com

Материал поступил в редакцию 25.03.2021.

DOI 10.23951/1609-624X-2021-4-67-74

VERBAL AND NONVERBAL MEANS OF IMPLEMENTING THE STRATEGY OF DISTRUST IN THE COMMENTS OF YOUTUBE USERS (BY THE MATERIAL OF THE COMMENTS TO VIDEOS ABOUT THE “DIE CORONA-WARN-APP”)

A. S. Chub

Northern (Arctic) Federal University, Arkhangelsk, Russian Federation

Introduction. In order to describe modern practices of verbal communication used in various spheres of personal and institutional communication, it is relevant to analyze communicative strategies and tactics carried out within the framework of discursive and pragmalinguistic studies of modern linguistic material. Internet communication provides a wide range of opportunities for the analysis of speech strategies within this type of discourse.

The aim of the work is the analysis of verbal and nonverbal means of implementing the strategy of distrust in online comments on YouTube.

Material and methods. The materials of the study are 43 comments to 14 videos about the German mobile application called “Die Corona-Warn-App”. The randomly selected comments were subjected to contextual, semantic and pragmalinguistic analysis.

Results and discussion. We can define an online comment as a genre of public discussion, a multimedia phenomenon that functions as a sociocultural tool significantly contributing to shaping public opinion and as a means of linguistic construction of social reality. The speaker’s intention or attitude towards a certain object of reality is expressed with the help of various communication strategies and tactics. Taking into account the criterion “communication balance” we can distinguish two groups of communication strategies: cooperative and noncooperative (cooperation and confrontation strategies).

Conclusion. Strategy of distrust is considered as an assertive communication strategy and is based on the evaluation criterion which differentiates the speaker’s attitude according to the “good-bad” scale. Thus, a speaker evaluates a certain event or an object on the basis of its relation to “normality”. By means of this strategy a speaker can express criticism and skepticism in relation to a particular event or phenomenon. This strategy includes a set of tactics: exaggeration, intimidation, allusions, ridicule etc. In online comments strategy of distrust is expressed by various verbal and nonverbal means which can be used both separately and in certain combinations. Examples of verbal means include allusions to negative historical and social phenomena, words with negative connotation, obscene language and various stylistic devices that emphasize the negative attitude of commenters towards the topic. Nonverbal means include capitalization, excessive use of exclamation marks and emojis.

Keywords: *internet discourse, online comment, communication strategies and tactics, strategy of distrust, verbal and nonverbal means, the German language.*

References

1. Labutina V. V. Rechevaya strategiya diskreditatsii v diskursivnoy praktike komentariya setevogo mediakontenta [Speech discreditation strategy in discourse practice comment on network media content]. *Znak: problemnoye pole mediaobrazovaniya*, 2019, no. 4 (34), pp. 145–150 (in Russian).
2. Dynel M. Participation framework underlying YouTube interaction. *Journal of Pragmatics*, 2014, vol. 73, pp. 37–52. URL: doi.org/10.1016/j.pragma.2014.04.001.
3. Bou-Franch P., Lorenzo-Dus N., Blitvich P. Social Interaction in YouTube Text-Based Polylogues: A Study of Coherence. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2012, vol. 17, pp. 501–521. URL: doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01579.x.
4. Tannen D., Trester A. *Discourse 2.0: Language and new media*. Georgetown University Press, 2013. 258 p.

5. Asad Ullah Rafiq Khan, Madiha Khan, Mohammad Badruddin Khan. *Naïve Multi-label Classification of YouTube Comments Using Comparative Opinion Mining*. *Procedia Computer Science*, 2016, vol. 82, pp. 57–64. URL: doi.org/10.1016/j.procs.2016.04.009.
6. Siersdorfer S., Chelaru S., Nejdil W., San Pedro J. How useful are your comments? Analyzing and predicting YouTube comments and comment ratings. *Proceedings of the 19th International Conference on World Wide Web*. Raleigh, North Carolina, 2010. Pp. 891–900.
7. Schultes P., Dorner V., Lehner F. Leave a Comment! An In-Depth Analysis of User Comments on YouTube. *Wirtschaftsinformatik Proceedings*, 2013, vol. 42, pp. 659–673.
8. Issers O. S. *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoy rechi* [Communicative strategies and tactics of Russian speech]. Moscow, Lki Publ., 2008. 288 p. (in Russian).
9. Van Deyk T. A. *Yazyk. Poznaniye. Kommunikatsiya* [Language. Cognition. Communication]. Moscow, Progress Publ., 1989. 312 p. (in Russian).
10. Demanova D. E. Rechevye strategii i taktiki pol'zovateley videokhostinga YouTube (na materiale kommentariyev k angloyazychnym treyleram) [Communicative strategies and tactics of YouTube users (by the material of comments to trailers in English)]. *Filologicheskiye etyudy. Sbornik nauchnykh statey molodykh uchenykh* [Philological studies: a collection of scientific articles by young scientists]. 2017. Vol. 20, part 3. Pp. 268–272 (in Russian).
11. Zuykova M. M. Rechevye strategii kommunikantov v internet-diskurse (na baze angloyazychnykh forumov) [Speech strategies of speakers in Internet discourse (by the material of English-language forums)]. *Academy*, 2019, no. 2 (41), pp. 70–73 (in Russian).
12. Zhabina E. V. O sootnoshenii lingvisticheskikh i ekstralingvisticheskikh komponentov pri vyrazhenii doveriya/nedoveriya v sovremennykh nemetskikh politicheskikh tekstakh [On the correlation of linguistic and extralinguistic components while expressing trust/distrust in contemporary German political texts]. *Vestnik Tambovskogo universiteta – Tambov University Review*, 2007, no. 4 (48), pp. 168–174 (in Russian).
13. *Statista. Anzahl der Downloads der Corona-Warn-App über den Apple App Store und den Google Play Store in Deutschland von Juni 2020 bis Februar 2021*. URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1125951/umfrage/downloads-der-corona-warn-app/> (accessed 20 March 2021).
14. Scholz Kay-Alexander. *Too few Germans using coronavirus pandemic tracing app*. URL: <https://www.dw.com/en/too-few-germans-using-coronavirus-pandemic-tracing-app/a-54970227> (accessed 23 March 2021).
15. *Die Corona-Warn-App ist startklar – so funktioniert die App | CHIP*. URL: https://www.youtube.com/watch?v=oOyEFxxXWEI&ab_channel=CHIP (accessed 20 February 2021).
16. *So funktioniert die “Corona-Warn-App”*. URL: https://www.youtube.com/watch?v=YB_nEWTz1vQ&ab_channel=SPD (accessed 20 February 2021).
17. *Corona-Warn-App: Alles was du wissen musst!* URL: https://www.youtube.com/watch?v=p6heNMjN_t0&ab_channel=neuland.tips (accessed 24 February 2021).
18. *Solltet Ihr die Corona-App installieren? Alle Infos zu Funktion & Datenschutz der Corona Warn-App*. URL: https://www.youtube.com/watch?v=I3C9BrC9I-8&ab_channel=PC-WELT (accessed 1 March 2021).
19. *Let's Play Corona-Warn-App Ep. 1: Deutschland sucht den Superspreader*. URL: https://www.youtube.com/watch?v=pBX-elH5A_Y&ab_channel=Leon (accessed 3 March 2021).
20. *Werbespot Corona-Warn-App (2020) [1080i nativ]*. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Z4fCbuZqo6M&ab_channel=BasicMasterReloaded (accessed 3 March 2021).
21. *Was kann die Corona-Warn-App? Lässt sich Covid-19 an der Stimme erkennen? | Fragen & Antworten | BR*. URL: https://www.youtube.com/watch?v=XvginTrl1Ts&ab_channel=BayerischerRundfunk (accessed 9 March 2021).
22. *So funktioniert die Corona-Warn-App*. URL: https://www.youtube.com/watch?v=HwMa5GWuAFk&ab_channel=DERSPIEGEL (accessed 12 March 2021).
23. *Oh mein Gott die Corona Warn-App ist rot und zeigt Risiko- Begegnungen an, was nun?* URL: https://www.youtube.com/watch?v=g0WCGTC-ds8&ab_channel=DrRChannel (accessed 12 March 2021).
24. *Corona-Warn-App in der Kritik: Lücken im Warnsystem*. URL: https://www.youtube.com/watch?v=JfpXcM1RSG8&ab_channel=ZDFheuteNachrichten (accessed 15 March 2021).
25. Belova A. D. Emotsional'naya sostavlyayushchaya kommentariyev v YouTube [Emotional component of comments on YouTube]. *Lingvistika XXI stolit'ya: novi doslidzhennya i perspektivi*. Kyiv, 2013, pp. 33–39 (in Russian).

Chub A. S., postgraduate student, Northern (Arctic) Federal University (Naberezhnaya Severnoy Dviny, 17, Arkhangelsk, Russian Federation, 163002).
E-mail: alexeychub22@gmail.com