

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра русского языка, речевой коммуникации и русского как
инострannого

**Языковые особенности мэйкап–блога как жанра
интернет- коммуникации**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 432 группы
направления 42.03.02 «Журналистика»
Института филологии и журналистики
Панакшиной Дарьи Дмитриевны

Научный руководитель

кандидат филол. наук, доцент

Г.С.Куликова

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

доктор филол. наук, доцент

А.Н. Байкулова

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

инициалы, фамилия

Саратов 2020

ВВЕДЕНИЕ. Общение в Интернете в последнее время становится объектом все более пристального внимания отечественных и зарубежных ученых: лингвистов, социологов, психологов (В.Л. Волохонский 2006, В.Е. Иванов 2000, П. Бурдьё 2002, Lange, G. Patricia. 2007, И.Н. Шамаев 2013, Е.И. Горшкова 2004).

Внимание многих исследователей (А.А. Ефремова 2017, С.А. Лысенко 2010, Г.Н. Трофимова 2012 и др.) сосредоточено на изучении жанров интернет-коммуникации.

Среди многочисленных жанров в виртуальном пространстве заметную роль сейчас играют разнообразные блоги и видеоблоги. С развитием интернет-платформы YouTube для видеоблогинга популярным становится тема потребления, поскольку блогеры рассказывают о тех или иных продуктах, событиях, явлениях в своём блоге. Ярким примером тому является женский сегмент видеоблогинга—beautyblogging. Женщины создают видеоролики о косметике, парфюмерии, моде, и они же составляют большую часть этой аудитории. 90% пользователей открывают для себя новые бренды и продукты на YouTube, благодаря блогерам, среди них 46% женщин русской аудитории также являются активными потребителями медиаконтента бьюти-сферы. Однако эта сфера очень многогранна и имеет различные профессиональные направления: парикмахерские услуги, косметология, мэйкап, дизайн одежды, а также так называемый ногтевой сервис. Для лингвистического анализа мы решили взять одно из самых популярных направлений (представленных платформе YouTube), которые развивают бьюти-блогеры—мэйкап. Оно включено в более широкое понятие бьюти-сфера. В исследовательской части работы мы попытались выяснить, какие особенности речи- визажистов способствуют тому, что их блоги набирают многотысячные просмотры.

В качестве примера мы взяли видеоблоги, которые ведут профессиональные визажисты, - Елена Крыгина (ElenaKrygina¹), которая ведёт свой блог с 2011 года, и Виктория Моисеева (Koffkathecat²), блог появился в 2009 году. Выбор для сопоставления блогеров был обусловлен тематическим сходством их видеоблогов и уровнем их популярности. Среднее количество просмотров за месяц у Елены Крыгиной составляет около 166 000, а у Виктории Моисеевой – более 86 000. Это говорит о том, что более 8 000 пользователей ежедневно смотрят их видеоролики, слушают речь видеоблогеров, которые, в свою очередь, передают информацию с учетом запросов их аудитории.

Актуальность данной работы обусловлена интересом современной науки к развитию новых жанров в интернет –коммуникации и тенденцией к исследованию проявлений авторской индивидуальности в стремительно развивающемся медийном пространстве. Особый интерес заключается в исследовании языковых особенностей блогосферы, которые отражают основные коммуникативные намерения автора.

Объектом исследования является блоги Елены Крыгиной и Виктории Моисеевой.

Предметом – лингвистические особенности блогов данных авторов.

Цель работы – комплексное лингвистическое изучение блогов бьюти-сферы как разновидности интернет - коммуникации.

Задачи работы:

- Рассмотреть основные понятия, связанные с исследованием интернет-коммуникации и научные подходы к изучению ее видов, выявить основные функции блогов;

¹ ElenaKrygina / YouTube [Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/user/elenaKrygina> (Дата обращения:10.01.2020г.)

²Koffkathecat / YouTube [Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/user/Koffkathecat/videos> (Дата обращения:10.01.2020г.)

- На основе функции блогов рассмотреть речевые особенности Елены Крыгиной;
- Выявить речевое своеобразие в виртуальной коммуникации в блоге Виктории Моисеевой

Материалом для данного исследования стал видеоконтент каналов популярных мейкап-видеоблогеров. В качестве базового был использован метод комплексного лингвистического описания, включающий приемы обобщения, интерпретации и классификации языковых фактов. Нами были просмотрено более трёхсот выпусков мейкап-блогеров за последние 2 года. Мы проанализировали их речь в этом временном отрезке, поскольку YouTube активно развивался в России именно в этот период и именно тогда стали более ярко проявляться ведущие модные тенденции в речи.

В нашей работе мы использовали **ключевые слова**: блог, разговорная речь, интернет-коммуникация, мейкап.

Структура работы: введение, основная часть (2 главы), заключение, библиографический список, приложение 1 и приложение 2.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ.

Глава 1. «Особенности блога как вида интернет-коммуникации» посвящена раскрытию основных понятий. Глава состоит из двух подразделов: «Проблема изучения интернет-коммуникации», «Блог как объект научного анализа».

Мы рассмотрели определение «блога» в работах различных исследователей. В различных научных источниках мы находим классификации блогов, основанные на разных принципах, например:

«Блог – это веб-сайт, содержащий серии регулярно обновляющихся, хронологически упорядоченных постов на общей веб-странице, обычно ведущейся одним автором»³.

³Bruns A. Methodologies for Mapping the Political Blogosphere: An Exploration Using the IssueCrawler Research Tool. 2007. No. 12(5)

«Блог (англ. blog, от «weblog», «сетевой журнал или дневник событий»)–это веб-сайт, основное содержимое которого – регулярно добавляемые записи, изображения или мультимедиа»⁴.

«Блог – это жанр неформальной компьютерно-опосредованной коммуникации с большой интерактивной составляющей»⁵.

Общими компонентами в данных определениях являются наличие авторских записей, периодичность и включение интерактивной составляющей на определенной веб-странице блогера.

Кроме того, надо иметь в виду, что блог с одной стороны, является веб-страницей, содержащей личные записи автора, а с другой стороны, своеобразным маркером, характеризующим личность блогера, его убеждения и интересы, основные мотивы и цели.

В нашей работе анализируется разновидность fashion-блога – make-up-блог. Основным контентом такого типа блогов являются посты о красоте, макияже, создании модных образов для любого случая; обсуждаются новинки makeup-индустрии, освещаются модные показы.

Для проведения лингвистического анализа интернет-коммуникации на примере мейкап-блогов на канале YouTube мы опирались на исследования наших предшественников и в частности, для выявления функций видеоблога мы использовали классификацию В.Л.Волохонского. Им были выделены следующие функции:

- коммуникативная функция;
- функция самопрезентации;
- функция развлечения;
- функция сплочения и удержания социальных связей;
- функция мемуаров;
- функция саморазвития и рефлексии;

⁴Блог [Электронный ресурс] // Википедия, свободная энциклопедия.

⁵Lomborg S. Navigating the blogosphere: Towards a Genre-based Typology of Weblogs// First Monday. 2009. No. 5.

- психотерапевтическая функция.

Подводя итог данной главы, мы можем сделать вывод о том, что интернет-коммуникация является особой формой общения, в которой устная речь выражается средствами письменной. Видами интернет-коммуникации являются электронное письмо, форум и гостевая книга, блог, жанр мгновенных сообщений и чат. В качестве основных признаков интернет-коммуникации выделяют мгновенный обмен сообщениями, множественность участников, наличие невидимой аудитории. Блог представляет собой жанр неформальной компьютерно-опосредованной коммуникации, основным содержанием которого являются - регулярно добавляемые записи, изображения или мультимедиа. В лингвистических исследованиях блоги классифицируются по целям, содержанию контента и тематическому наполнению.

Глава 2. «Лингвистические особенности мэйкап-блогов».

Глава состоит из двух подразделов: «Реализация лингвистических особенностей речи Елены Крыгиной через функцию блога и его композицию», «Особенности речи Виктории Моисеевой: лексикон и словообразование».

Разные жанры интернет-коммуникации имеют свои цели, направленность и тематическое единство, которое обладает сходством содержания и рядом общих функций, которые выделяются В.Л. Волохонским. Некоторые функции не столь существенны с точки зрения речевой реализации, но есть среди них такие, которые реализуются последовательно и которые характерны для обоих блогов изучаемых нами авторов. На примере двух функций, которые ярко выражены в речи блогеров - коммуникативной функции и функции блога как самопрезентации, мы проследили общие характеристики речи ведущих блогов и различия между ними.

Обращаясь к лингвистическому анализу устной речи мэйкап-блогеров Елены Крыгиной и Виктории Моисеевой, мы постарались, прежде всего,

выявить лингвистические особенности, характерные для видеоблога как определённого жанра интернет-коммуникации, учитывая его тематическую специфику (мейкап-блог). При этом мы ставили перед собой задачу соотнести основные функции блогов с речевыми средствами, которые используются их авторами.

Тематическое единство и коммуникативные функции мейкап - блогов способствуют значительному сходу в их построении. Они имеют этикетную рамку: приветствие в начале (***«Привет всем!»*** , ***«Всем приветик»***), ***«Привет / мои бьютиголики»***) и прощание, иногда в сочетании с благодарностью, в завершении (***«Всем спасибо/, всем пока»*** , ***«Все пока пока»***), ***«Целую/ до свидания»***). Их центральная, основная, часть посвящена теме выпуска. В раскрытие основной темы у представленных нами визажистов можно выделить свои предпочтения внутри каждой темы, которым они уделяют больше внимания. При этом «микротемы» у них могут различаться. Елена больше делает упор на нанесение косметики, рассказывает как правильно ее использовать и в каких зонах лица и декольте (***«Единственная здесь задача / одинаково отрисовать уголок/ хвостик стрелки»***), а Виктория в большинстве своих выпусков рассказывает о самих продуктах , какие они по составу, какая упаковка, в какой ценовой категории можно их увидеть на рынке: (***«Также у нас здесь пудра/ хайлайтер/ скульпторы сухие от Оли Романовой/ карандаш в новом оттенке от нее же//»***).

Надо заметить, что Крыгина часто рассказывает о косметике и продуктах своего бренда, а Моисеева старается представить более разнообразную продукцию. Видимо, поэтому Виктория Моисеева в отличие от Елены Крыгиной стремится к более полному описанию каждого продукта. У каждого из блогеров есть свои особенности в построении блога как целого. Композиционные особенности блога Елены Крыгиной заключаются в его более четкой структуре. Ее речь более организована. Отчетливость структуры в построении выпуска, может быть, связана с определенностью

задач блогера – продвижением своего бренда (именно поэтому в видеоблоге она использует свою косметику). А у Виктории Моисеевой более хаотичная, ситуативная речь. Она очень быстро меняет тему и переключается на разные ситуации, именно поэтому не всегда понятна её речевая интенция. Ее высказывания могут отражать и совмещать абсолютно противоположные друг другу темы: *(Давайте посмотрим на система нанесения /форму выпуска и цвета// Это упаковка как у консилера или блеска для губ //)*. В первом высказывании В.Моисеева начинает рассказывать о способе использования косметического средства и неожиданно переключается на упаковку другого продукта. Это свидетельство близости ее речи к разговорной.

В языковом отношении мы видим очень много общих черт в речи ведущих рассмотренных блогов, так как это определяется их тематикой, форматом, задачами, функциями и ориентацией на аудиторию. Общей характеристикой их речи является её насыщенность специальной лексикой: *фиксит-спрей, скульптурировать, отрисовать, консилер, консиллерный свотч, кисть-баф, контуринги* др. Среди этих слов много англоязычных, что обусловлено влиянием западной моды и зарубежных передовых технологий в этой сфере. Следует заметить, что многие из этих слов оказываются неизвестными подписчикам блога, чем обусловлен риск непонимания ими содержания выпуска.

Кроме слов, определенной тематической направленности, в исследуемой речи визажистов, присутствует большое количество иноязычных элементов: это недавние заимствования, а также англоязычные вкрапления, которые представлены словами: *(testing, swatch, backstage, medium, mediumvoorm, dark)*, также словосочетаниями и фразами, чаще всего стереотипного характера (*«goodmonderingeveryone», «feedback», «tumach», «Inotlikeit»*.)

Кроме того иноязычными элементами являются многочисленные названия брендов: («*LUMENE*», «*SORME*», «*YVES ROCHER*», «*VICHY*», «*ManlyPro*», «*Lucky Brush*», «*PROMAKEUP lab*», «*Beautydrugs*», «*Dior*».)

Также общим для исследуемой речи визажистов, является активное использование ими сниженной лексики (разговорной, просторечной, жаргонной): (*щас, оч, прям, чёт (чего-то), типа, здрасьте, ваще, ну поехали, вжух, чпоньк, круто, прикольно, классно, обалденно, офигенно.*)

Обе ведущих стремятся к усилению выразительности речи, используя при этом как общие, так и индивидуальные средства. Причиной широкого использования ими сниженных лексических средств может быть как стремление к интимизации общения, «разговору по-свойски», так и отражение собственной коммуникативной компетенции, культурно-речевых навыков блогера. Визажисты стараются работать «на публику», избавляя контент от монотонности и учитывая интересы аудитории и её речевые привычки и предпочтения. Активность блогеров по отношению к иноязычному слову заключается и в этимологизировании — попытке «чужое» сделать «своим». Таким образом, неологизмы, слова-гибриды делают речь блогеров более яркой, необычной, но в то же время, непривычной для обычного пользователя.

В поисках новых средств языковой выразительности, оригинальных и эффективных способов речевого воздействия на свою аудиторию Виктория Моисеева в отличие от Елены Крыгиной, часто обращается к созданию окказиональной лексики. И нередко в роли производящей основы выступают именно иноязычные корни, например: (*нахайлайтить, бьютиголики ,блюрищие/ блорящие пудры, гиперпятнистость, гранд-стрелки.*)

Подводя итог данной главы, можно сделать вывод, что через коммуникативную и функцию блога как самопрезентацию, реализуются особенности речи, которые придают ей разговорный характер;

- ☐ импровизационность;
- ☐ широкое использование стилистически сниженной лексики;
- ☐ непринуждённость общения.

При сопоставлении речи двух блогеров были отмечены их индивидуальные особенности, отчасти обусловлены задачами продвижения и рекламы товара (у Елены Крыгиной продвижение своего бренда, а у Виктории Моисеевой продвижение товаров нескольких определенных производителей). Намеченным, но не до конца реализованным направлением исследования является оценка речи блогеров с позиции их языковой компетенции, что определяет, например, способ введения в коммуникацию иноязычной лексики и неуместное употребление сниженных слов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.

Многообразие направлений и форм интернет-коммуникации обусловлено стремительным развитием технологий, появлением огромного количества мессенджеров и онлайн-сервисов для общения в сети Интернет. Среди них существенное место занимает блогосфера. Блог представляет собой одну из активно-развивающихся форм веб-коммуникации, совмещающая в себе элементы вербального и невербального общения. В лингвистических исследованиях создаются классификации блогов по целям, содержанию контента и тематическому наполнению.

В реферируемой выпускной квалификационной работе мы рассмотрели лингвистические особенности одной из разновидностей блогов - мейкап-блога (который одновременно является видеоблогом), на материале двух видеоблогов Елены Крыгиной и Виктории Моисеевой. В результате лингвистического анализа двух видов блогов нами были выявлены общие и различные черты речи ведущих.

Блог Елены Крыгиной – политематический, его базовый концепт включает выпуски как про тенденции макияжа и «уходовой» косметики, так и направление по созданию причесок.

Речь ведущих обоих видеоблогов, как мы выяснили, изобилует новыми заимствованиями, преимущественно профессионального характера. Для них характерна стилистическая сниженность (использование разговорных, просторечных и жаргонных слов).

Речь Виктории Моисеевой, кроме того, отличается употреблением окказиональных слов, которые усиливают ее экспрессивность и придают ей в сочетании со сниженной лексикой разговорный характер.

У каждого из блогеров есть свои особенности в построении блога как целого. Композиционные особенности блога Елены Крыгиной заключаются в его более четкой структуре. Ее речь более организована. Отчетливость структуры в построении выпуска, может быть, связана с определенностью задач блогера – продвижением своего бренда (именно поэтому в видеоблоге она использует свою косметику). А у Виктории Моисеевой более хаотичная, ситуативная речь. Она очень быстро меняет тему и переключается на разные ситуации, именно поэтому не всегда понятна её речевая интенция.