

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 иностранного

Видеоблог как жанр интернет-коммуникации

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 5 курса 521 группы

Направления 42.03.02 «Журналистика»

Институт филологии и журналистики

Луценко Ольги Сергеевны

Научный руководитель

Доцент, к.ф.н, доцент

_____ Г. С. Куликова

Зав. кафедрой

д.ф.н., доцент

_____ А. Н. Байкулова

ВВЕДЕНИЕ. Массовая информатизация общества сделала Интернет важной частью повседневной жизни для современного человека. Главная функция Интернета, связанная с получением информации, перестает быть ведущей, эту роль берёт на себя функция коммуникации. Прежде всего, стоит отметить, что коммуникация в Интернете осуществляется в условиях массовой коммуникации и, следовательно, имеет свои особенности, в отличие от привычного общения в жизни. Популярность и доступность новых технологий способствует появлению новых возможностей и способов общения, формирует новую сферу информационного взаимодействия, приводит к появлению новых видов общественных отношений.

Интернет-коммуникация – это новое явление, поэтому научных статей и работ на данный момент не так много, но эта тема вызывает интерес у исследователей и активно изучается. Исследованиями в области интернет-коммуникации занимаются различные учёные. Основные работы в этой области принадлежат Е.И. Горошко, О.В. Дедовой, А.Е. Войскунскому, И.А. Текутьевой, А.Н. Шеремет и другим.

Изучение языка интернет-коммуникации обусловлено востребованностью использования Интернета как коммуникационного канала. Интернет-коммуникация относится к числу новых и активно развивающихся речевых формаций. Она отличается коммуникативным многообразием, полифункциональностью, динамизмом, и по степени своего влияния на другие сферы общения, в настоящее время, не имеет себе равных.

Актуальность исследования обусловлена ростом популярности видеоблогов, появлением новых языковых норм – «языка Интернета». Эти нормы и лексикон становятся частью повседневной устной речи современного человека.

Новые жанры и форматы интернет-коммуникации, такие как блог, становятся неотъемлемой частью повседневной жизни. **Объектом**

исследования в данной работе является интернет-коммуникация, а **предметом** – языковые коммуникативные особенности видеоблога.

Цель работы – исследовать видеоблог как жанр интернет-коммуникации, выявить особенности жанра на примере популярного видеоблогера. В работе будет изучена речь видеоблогера, занимающегося обзором новостей, и определены его индивидуальные речевые особенности. Сравнение устной речи двух видеоблогеров со схожим по тематике контентом позволит определить речевые черты, типичные для данного жанра. Для достижения указанной цели поставлены следующие **основные задачи**:

1. Рассмотрение видов и форм интернет-коммуникации
2. Исследование жанра интернет-коммуникации «видеоблог»
3. Изучение речи видеоблогера на YouTube
4. Сравнение речи видеоблогеров, работающих в одном формате, выявление их общих и индивидуальных речевых черт.

Материалом исследования послужили расшифровки записей видеороликов двух блогеров (Anton S и «Сплетники» (по названию канала)) Было изучено 203 выпуска объемом более 50 часов.

СТРУКТУРА РАБОТЫ. Работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованной литературы и двух приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ. Глава 1 «Интернет-коммуникация как языковое явление» даёт основную теоретическую информацию о понятии «интернет-коммуникация» и его характеристики. Глава состоит из подразделов: «Виды и особенности интернет-коммуникации», «Блог как жанр интернет-коммуникации», «Классификация блогов». В данной главе были рассмотрены понятия: «Интернет-коммуникация», «жанр интернет-коммуникации», «Блог», « блогер», « видеоблог». Были рассмотрены пять основных подходов к изучению языка **Интернета** (Е.И. Горошко):

1. построение и описание социальных прогнозов развития Интернета;
2. исследование сетевой природы современного общества;
3. Интернет как виртуальный образ мира;
4. Интернет в аспекте постмодернистских концепций восприятия современного общества;
5. генетически-функциональный подход к изучению языка Интернета.

Все формы интернет - коммуникации обладают рядом **черт**, таких как физическая непредставленность и возможность анонимного общения, механизмы стереотипизации и идентификации, а также установка желаемых качеств в партнере, добровольность и желательность контактов, затрудненность выражения эмоций, стремление к нетипичному, ненормативному поведению.

Общение в Интернете обычно характеризуется следующими особенностями:

1. высокая вербальная активность, вызванная фактически полным отсутствием коммуникационных барьеров;
2. разобщенность, дискретность коммуникации;
3. специфический язык общения, обусловленный свободой в выборе формы выражения, что связано со снижением социального и психологического риска в процессе коммуникации, благодаря анонимности;
4. эмоциональность как компонент общения.

Существуют три исконно-сетевых жанра интернет-коммуникации: **чат, форум и блог**. Блог в качестве жанра интернет-коммуникации определяется как веб-страница или сайт с набором ссылок на другие интернет-ресурсы или как новостная лента с возможностью интерактива. **Цель** ведения блога - делиться своими мыслями и информацией с другими пользователями. Язык блога вызывает интерес для современной лингвистики, так как возник сравнительно недавно.

Блог содержит литературно-публицистические жанры, отличающиеся от других жанров характерными **признаками**: самопрезентация автора, датированность сообщений, дискуссионность, фрагментарность, систематичность, интуитивный способ построения текста.

Определённая типология блогов до сих пор не сформирована, но можно выделить несколько видов: по характеру и размещению контента, по виду публикаций, по функциональной значимости блогов. Для исследования особенно важными являются критерии: **по авторству** (выделены: личный блог, «призрачный», коллективный или корпоративный блог) и критерии мультимедийности(на его основании выделены: текстовый блог, фотоблог, музыкальный, подкаст и блогкастинг, видеоблог).

Глава 2. Глава «Видеоблог как форма интернет-коммуникации» включает подразделы :«Значение видеоблога в сфере интернет-коммуникации», «Жанры видеоблога» и «Речь в видеоблоге».

Видеоблогинг – это интернет-явление, включающее в себя создание и распространение в сети видеоматериалов в выбранном автором видеоформате. Успех видеоролика во многом зависит от его названия, цель которого– кратко, конкретно и доступно донести до потенциального зрителя суть видеоролика. Также большую роль играет обложка к видео - это изображение, которое потенциальный зритель видит наряду с названием видео.

Жанры видео в видеоблогах очень подвижны, и не всегда можно отнести видео к какому-то определенному жанру. Но наиболее востребованными **жанрами** интернет-видео являются: обзор, летсплей, пранк, обучающие видео, влог, анбоксинг, шоу, диалог, гайд, челлендж, скетч. Видеоблоги – это не односторонний тип интернет-общения, где видеоблогер выступает инициатором беседы, а отклик аудитории на «отправленное сообщение» ослаблен. Существует невербальный отзыв, который автор получает благодаря системе голосования под видео «лайк-дизлайк». Он постепенно становится одним из важных показателей дальнейшего развития канала. Комментарии также являются одной из площадок для интерактивного взаимодействия с аудиторией.

Разновидность литературного русского языка, используемая в видеоблоге максимально сближена с разговорной речью (хотя и не может быть полностью идентична ей). Разговорная речь как стиль, или функциональная разновидность языка, а соответственно и как особый объект лингвистического исследования характеризуется тремя признаками:

1. Важнейшим признаком разговорной речи является ее спонтанность, неподготовленность.
2. Вторым отличительным признаком разговорной речи состоит в том, что разговорное общение возможно только при неофициальных отношениях между говорящими.
3. Третьим признаком разговорной речи является то, что она может реализоваться только при непосредственном участии говорящих.

Некоторые из этих признаков (второй и третий) с характеристикой речи в видеоблоге не могут совпадать полностью, так как блогер и его подписчики часто лично не знакомы и их участие в дискурсе может быть незначительным. Но нормы и правила разговорного общения значительно свободнее, чем в

других разновидностях языка, большую роль также играет объединяющая речь видеоблога и разговорную речь спонтанность, что и обеспечивает их стилистическую близость.

Рассматривая структуру видеоролика отметим, что практически любой из них начинается с **приветствия** аудитории видеоблогером. Videоблогеры стараются сделать свою фирменную заставку для видео и приветствие, но чаще всего это стандартные фразы по типу: «*Всем привет! С вами я, (имя блогера), и вы на канале (название канала)*».

Также неизменной частью видео является концовка, в которой часто используются побудительные конструкции, такие как: «*Подписывайтесь на канал*», «*ставьте лайки*», «*пишите комментарии*», «*переходите по ссылке в описании*».

Большая часть видеоблогеров использует в речи стилистически сниженную лексику: сленгизмы, бранные и просторечные слова (*борзый, базар, «большая шишка», замяли, верещать, по-пацански*).

Глава 3 «Особенности речи видеоблогера» - является исследовательской главой и состоит из подразделов: «Исследование речи видеоблогера Anton S», «Вступление к видеоролику и приветствие», «Индивидуальные речевые черты блогера Anton S», «Сравнение устной речи видеоблогеров».

В начале главы были перечислены основные **жанры и форматы** видеороликов на канале «Anton S live»: «вопрос-ответ», разговорные видео, влог, обзор, стрим. Для анализа речи блогера была выбрана популярная на канале рубрика «Сплетни». Все видео этой рубрики сделаны по общему плану: приветствие, обзор новостей, заключение видео. Обычно в одном видеоролике более трёх актуальных новостей.

Написание названия видеоролика заглавными буквами является распространённым среди блогеров графическим средством. Крупный шрифт

выделяется и привлекает внимание потенциального зрителя. Anton S в названиях видеороликов рубрики «Сплетни» использует краткие фразы, отражающие основное содержание видео, например: «ВАРНАВА КИРКОРОВ И ЧУВСТВА ВЕРУЮЩИХ. НОВЫЙ ГЕНЕРАЛ МАЙОР ВОЛК. УКРАИНА И КОРОНАВИРУС».

Приветствие блогера – один из важнейших элементов видеоролика, так как от того, сможет ли блогер с первых секунд заинтересовать зрителя, зависит популярность видео. Anton S использует отработанную конструкцию приветствия в каждом видео. Речь Антона S отличается от привычной речи блогера большим количеством индивидуальных выражений, использованием фразеологизмов, поговорок и пословиц, а также допущением необычных речевых и грамматических ошибок.

«Наткнулся сегодня на...» - часто используемая разговорная конструкция для начала нового эпизода видеоролика. Блогер употребляет в речи слова с переносным значением, фразеологизмы и: *«Мне хочется с вами обсосать косточки»*, *«Попал под раздачу»*, а также поговорки: *«Чем дальше в лес – тем больше дров»*, *«отделять зёрна от плевел»*, фразеологизмы: *«Не стоит выеденного яйца»*, *«Вертишься, как уж на сковородке»*.

Если сравнить канал Антона S с каналом «Сплетники», то его ролики кажутся более динамичными, смелыми, сенсационными и современными по монтажу и контенту. Существуют и **графические** отличия: на канале «Сплетники» в названиях роликов каждое слово пишется с большой буквы (остальные - строчные), в то время как у Антона S все буквы в словах заглавные.

В отличие от канала «Anton S live», видеоролики на канале «Сплетники» не имеют **вступительной** части видеоролика с приветствием. С первых секунд озвучивается анонс новостей, освещаемых в выпуске, который завершается фразой : *«Ответы на эти и другие вопросы сегодня на канале «Сплетники»»*.

Антон S часто настроен скептически по отношению к личностям и новостям, о которых говорит, и, зачастую, резко и откровенно высказывает своё мнение: *«Вот они/ все мужики перед камерами/ борзые до невозможности/ когда знают/ что за кулисами полно охраны/ и они могут орать/ верещать/ вести себя как поганая ладонская баба в студии на камеру»*. Интонация блогера часто эмоциональна: *«Большое/ хочу сказать спасибо Ксении Собчак»*.

На канале «Сплетники» более нейтральное отношение к подаваемой информации. Новости озвучиваются как интересный факт и не подвергаются оценке или обсуждению блогером. Интонация говорящего ровная, без восклицаний, информация подаётся спокойно, автор не высказывает своего личного отношения или догадок: *«Зрители увидели клипы участников в заявленном порядке/ а для разнообразия были включены небольшие элементы интерактива// Плюс ко всему/ участники сыграли свои композиции в акустической версии//»*.

Оба блогера используют общие темы: жизнь звезд, политика, яркие события. Общими чертами каналов «Anton S live» и «Сплетники» можно назвать желание обратной связи со зрителями. Блогеры побуждают их участвовать в обсуждениях, часто произнося такие фразы: *«Что вы по этому поводу думаете? Давайте обсудим!», «Пусть дела сердечные/ это традиционно тёмный лес/ то с деньгами можно же было предусмотреть? Или нет? Напишите своё мнение в комментарий!»*

Таким образом, обсуждение новостей с подписчиками, высказывание ими своего мнения – типичные черты жанра обзора новостей в видеоблоге.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. В данной работе был рассмотрен видеоблог как жанр интернет-коммуникации. В первой главе работы было рассмотрено явление интернет-коммуникации и особенности языка общения в Интернете. Интернет-коммуникация характеризуется виртуальностью, интерактивностью, гипертекстуальностью, глобальностью, креативностью, мозаичностью и

анонимностью. Для межличностного общения в сети характерны некоторые отличия от простого очного общения: стирание условностей и границ, присущих завязыванию очного диалога, и наличие большего времени для обдумывания и выстраивания ответа. Общение происходит как в режиме реального времени, так и с отсрочкой. Интернет-переписка всегда опосредована и дистантна, может быть как монологом, так и диалогом.

Далее были изучены виды и формы интернет-коммуникации, исследован жанр интернет-коммуникации «блог», который даёт пользователю возможность дополнительного общения, создания виртуального образа собственного «Я», служит новым способом самовыражения. Была рассмотрена классификация блогов и определены основные их формы. Таким образом, фактически изменяется способ распространения информации, и сфера блогов имеет для этого много возможностей: гипертекстовый формат публикации, сеть перекрестных ссылок на тексты и авторов, наличие постов, комментарии и платформы для хостинга блогов и т.д.

Было выяснено, что видеоблог - одна из наиболее популярных и перспективных форм и определены основные его жанры. Ежедневно на видеохостинге YouTube просматриваются миллионы видеороликов, поэтому видеоблог в наше время – это не только хобби, но и возможность стать популярнее и даже зарабатывать деньги на своих видео. Популярность видеоблогинга стала причиной появления и распространения «языка Интернета», в частности, устной речи видеоблогеров.

Целью данной дипломной работы являлось исследование видеоблога как жанра интернет-коммуникации, выявление индивидуальных речевых черт видеоблогеров. В результате изучения речи видеоблогера, а также сравнения устной речи двух популярных видеоблогеров, снимающих видеоролики схожих тематик в жанре «обзор», можно сделать вывод, что несмотря на тематическую близость, каждый имеет индивидуальные речевые особенности: различные

способы подачи информации и используют разные речевые приёмы. Но существуют и типичные для каждого формата видео языковые особенности. Каждый видеоблогер имеет целевую аудиторию, запросам которой он старается соответствовать, подбирая информацию для видеоролика. Интерактивность играет важную роль для развития YouTube-канала, так как возможность комментирования – это способ общения со зрителем. Призыв к комментированию и задавание вопросов аудитории являются типичными для всех популярных видеоблогеров.

Учитывая вышеприведённые тезисы, можно утверждать, что видеоблогинг – перспективный и развивающийся формат блога. Так как видеоблог появился недавно, он открывает исследователям множество новых тем для изучения. Язык, используемый видеоблогерами – новое языковое явление, объединяющее устную и письменную речь, разговорную и литературную.