

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

Средства привлечения внимания адресата в речи блогера

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 411 группы
направления 45.04.01 – «Филология»
профиля «Отечественная филология»
Института филологии и журналистики

Матаевой Алины Анатольевны

Научный руководитель

зав. кафедрой, д.ф.н., доцент _____

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

А. Н. Байкулова

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

д.ф.н., доцент _____

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

А. Н. Байкулова

инициалы, фамилия

Саратов 2024 год

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Речь блогеров стала новым объектом лингвистического исследования. Наша работа также посвящена исследованию блогосферы и прежде всего выявлению средств, которые помогают видеоблогерам привлекать внимание адресата. В этом мы видим **актуальность** проведённого исследования.

Наш анализ строится на изучении речи известного в интернет-среде блогера Вероники Степановой. По образованию Вероника Степанова – психолог. У её блога на YouTube канале 3 млн подписчиков. Блогер обсуждает проблемы психологии, даёт советы и анализирует популярные шоу и фильмы, проводит обучающие психологические курсы и марафоны (небольшой по длительности обучающий курс), продаёт гайды (учебное руководство, помогающее решить проблему на определённую тему) и книги.

В блогосфере Степанова известна своим эксцентричным поведением и откровенностью в выборе обсуждаемых тем, именно поэтому её речь и речевое поведение привлекли наше внимание.

Для проведения исследования произведён обзор работ таких исследователей, как: Л. П. Крысин; Ю. Н. Караулов; А. В. Николаева; А. В. Дегальцева; О. Б. Сиротинина; В. З. Санников; А. А. Акишина; Е. А. Бабушкина, Е. Е. Кузьмина и др.

Объектом данного исследования является интернет-дискурс – видеоблог психолога В. Степановой.

Предмет исследования – средства привлечения внимания в видеоблоге В. Степановой.

Цель работы – на материале видеоблога Вероники Степановой выявить и проанализировать средства привлечения внимания адресата в этом жанре интернет-коммуникации.

Для достижения поставленной цели необходимо было решить следующие **задачи**:

1) произвести обзор существующей литературы и таким образом сформировать теоретическую базу исследования;

2) рассмотреть понятия: «языковая личность», «структура языковой личности», «речевой портрет», «блогер», «языковая игра», «интерактивность» и др.;

3) собрать и расшифровать материал исследования – речь В. Степановой в её блоге;

4) создать речевой портрет В. Степановой;

5) проанализировать блог В. Степановой с точки зрения используемых блогером средств привлечения внимания адресата.

Материалом исследования послужили 35 выпусков видеоблога В. Степановой за 2021–2023 гг.

Методы исследования: для достижения цели исследования и решения поставленных задач применялись общенаучные методы, а также современный описательный метод с использованием методик дискурсивного анализа.

Структура работы: исследование состоит из введения, двух глав, Заключения, Списка использованных источников и Приложения А: «Расшифровка видеоролика ТЕСТ: невротик вы или нет? / Устал быть невротиком. Шаги к спокойной жизни» от 18.10.21».

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Глава 1 содержит обзор трудов исследователей, связанных с выявлением средств привлечения внимания в медиа-пространстве. Данный этап работы позволил сформировать теоретическую базу исследования, уточнить понимание ключевых понятий и сформировать представление о процессах и закономерностях, лежащих в основе средств привлечения внимания в интернет-пространстве.

Рассмотрены понятия «языковая личность», «речевой портрет», «блогер», «интерактивность», «языковая игра»; обращено внимание на такие аспекты привлечения внимания, как лексико-стилистические особенности

речи, невербальный компонент общения. Рассмотрены способы привлечения внимания, используемые блогерами в СМИ и в социальных сетях.

В разделе 1.1 рассмотрены понятие антропоцентризма и антропоцентрического подхода.

В разделе 1.2 было выявлено соотношение понятий «языковая личность» и «речевой портрет», так как немалую роль в процессе привлечения внимания адресата играет языковая личность блогера. Сделан вывод, что эти понятия не идентичны: при изучении языковой личности используется, прежде всего, анализ функционально-коммуникативных характеристик в динамике, а при составлении речевого портрета анализ производится на протяжении конкретного отрезка времени.

Раздел 1.3 посвящен рассмотрению подходов к созданию речевого портрета. Принципы моделирования речевого портрета находим в работах: Л. П. Крысина. Исследователь выделяет следующие черты, присущие интеллигенции: полигlossenность; использование «готовых» выразительных средств; способность к языковой игре. Б. Л. Бойко выдвигает такие принципы создания речевого портрета, как: вычленение диагностирующих пятен; признание неоднородности объекта; наблюдения за речевой активностью субъекта; моделирование речевого портрета.

В разделе 1.4 рассмотрены понятия «блог» и «блогер». Блог – это электронный дневник, в котором автор публикует свои личные тексты. Блогер – «это владелец сайта или страницы сайта, где размещается общедоступная информация, которую просматривают более трех тысяч пользователей всемирной паутины в сутки» (Николаева 2016: 48).

В данном разделе работы были также рассмотрены жанровые разновидности блогов.

Раздел 1.5 посвящен способам привлечения внимания пользователей в интернет-пространстве. Были сделаны выводы о том, что интернет-пользователей привлекают: обращение к «бытовому» контенту: юмористические публикации о животных; простота и лаконичность в

способах подачи информации: минимум текста, максимум видео или фото-контента; использование специальных **символов** (эмоджи), которые характеризуют различные ситуации; **кликбейтный** характер выпускаемого контента; **призыв к взаимодействию** с контентом: под контентом зрители могут поставить палец вверх/вниз; оставить комментарий; переслать контент другим людям или пожаловаться на него (Дегальцева 2023).

В разделе 1.6 внимание уделено лексико-стилистическим пластам русского языка, так как в качестве средств привлечения внимания В. Степанова использует специфику разных стилей речи и, прежде всего, различные лексические пласты языка, включая нелитературную лексику.

Раздел 1.7 посвящен исследованию понятия языковой игры как способу привлечения внимания. Языковая игра – это «творческое, свободное отношение к форме речи, неканоническое употребление языка, позволяющее говорящему реализовать способности к языковому творчеству и выделить себя как языковую личность из ряда других говорящих личностей...» (Коновалова 2008: 6).

В разделе отмечены функции и приемы языковой игры: приём контраста; каламбур; фонетические деформации и др. (Коновалова 2008). Показаны функции.

Раздел 1.8 посвящен исследованию невербального компонента общения: роль в общении мимики; жестов (которые делятся на: условные, безусловные, подчеркивающие, ритмические, изобразительные); позы; направления взгляда. Внимание к данному аспекту обусловлено важностью невербального компонента в привлечении внимания аудитории и его активного использования В. Степановой.

В разделе 1.9 рассмотрены понятие интерактивности как «двустороннего взаимодействия между автором и потребителем медийной информации» (см.: <https://tsutmb.ru/nauka/internet-konferencii/2015-zhurnalistika/borzova.pdf>), а также выделены коммуникативные тактики, помогающие в создании интерактивности (тактика гибкости и адаптивности;

тактика ориентации на другого; тактика самомониторинга; когнитивная сложность; тактика этичности действий).

В главе 2 изложены результаты практического исследования, включавшего в себя анализ средств привлечения внимания адресата в речи блогера В. Степановой. Было проанализировано 35 выпусков в блоге В. Степановой на платформе You-Tube за 2021-2023г.

В разделе 2.1 дается краткая биография В. Степановой. Блогер окончила Санкт-Петербургский государственный университет по направлению «Психолог. Клинический психолог». Степанова ведет блог на психологические темы. На её You-Tube канале 3 млн зрителей, которых психолог привлекает откровенностью в выборе обсуждаемых тем и противоречивостью поведения.

В разделе 2.2 выявлены одни из важных средств привлечения внимания: тематика выпусков видеороликов и особенности их заглавий. Доказано, что в своём блоге В. Степанова поднимает множество различных тем: научно-популярные темы из области психологии, психологические портреты известных личностей, социальные и сексуальные темы, личные ролики и др. Заголовки видеороликов разнообразны и характеризуются широким использованием вопросительных и восклицательных конструкций для усиления эмоций («5 золотых правил для каждой женщины! / Как женщине научиться любить себя?»); сленговых выражений для придания видеороликам актуальности (ПОСЛЕ **АБЬЮЗА**: Как начать жить заново? / Как справиться с обидой и злостью на бывшего?»); сленговое слово: *абьюз*). Проявляется установка на метафоричность и образность речи («Как мать-нарцисс **ломает жизнь** дочери? Роковые ошибки в воспитании дочерей»; метафоричное выражение: *ломает жизнь*), научность («ТЕСТ: **невротик** вы или нет? / Устал быть невротиком/ Шаги к спокойной жизни»; научный термин: *невротик*); разговорность («БУЗОВУ в **нарколожку!** / Обращение к трусливой СОБЧАК / ШНУРОВ беременный / ВОЛОЧКОВА и БАСТА»; разговорное слово: *нарколожка*), лексику телесного низа («Хочу мужа сзади / Замужем но веду

переписки с мужчинами / Парень снимает себя»); кликбейтность и сенсационность заголовков: в них используется оценочная лексика («СОБЧАК ПРЕДАТЕЛЬ? / Овсянникова **герой**? / Звёзд не впустят в Россию и т.д.»); оценочные слова: *герой, предатель*); числительные, которые создают ощущение точности передаваемой информации, а также упрощают и систематизируют её для зрителей («10 признаков токсичных людей/ Правила общения с токсичными людьми»). Отмечены графика заголовков. Степановой свойственно выделять некоторые фрагменты в названии прописными буквами (Caps Lock), таким образом психолог акцентирует внимание зрителя на нужном фрагменте (**ПОСЛЕ АБЬЮЗА**: Как начать жить заново? / Как справиться с обидой и злостью на бывшего?»).

Раздел 2.3 посвящен еще одному важному аспекту привлечения внимания – лексическим особенностям речи В. Степановой. Мы выявили, что блогер использует различные пласты лексики: 1) общекнижную (пример на слайде); 2) лексику официально-делового стиля речи (**слова, утратившие конкретное значение**: *считать, соответственно, отнести* и др., **слова, обозначающие ход изложения**: *во-первых, во-вторых*; **союзы, предлоги, союзные слова** логического содержания: *благодаря, если* и др..) и книжную, относящуюся к научному стилю (общемедицинские, психиатрические и психологические термины: *патогенез, базальная тревога, внутриличностный конфликт, гипертонус, абсцесс* и др.). С помощью подобной лексики видео приобретает научно-популярный характер, а его автор вселяет в интернет-аудиторию уверенность в собственном (автора) высоком интеллектуальном уровне.

Используется и разговорная лексика, цель которой – снизить градус научности и тем самым сильнее вовлечь зрителя в контент (*выгнать (психоаналитиков), подкараулил, новоиспечённый, запихали, затащит (фактор), застолбила, разношёрстные (состояния синдрома комплекса)*). Постоянно наблюдается использование Степановой фразеологизмов (*знать поганой метлой, перейти дорогу, плюнула-пошла дальше*), просторечной

лексики (*закатывать истерику, померла, к чёртовой матери, висело на соплях, ни фига, отлупил, шпарит*), обценной лексики. Нарочито сниженный характер приводит к эпатированию публики и повышенному интересу, классический образ профессионала-психолога исчезает.

Раздел 2.4 посвящен анализу такого средства привлечения внимания, как языковая игра. В блоге В. Степановой языковая игра основана на демонстрации средств, характерных для представителей разного типа речевой культуры, в том числе низкого уровня: на фонетическом уровне это протяжка гласных: *диагност[и-и]ке; возможн[а-а]сть; вин[о-о]вность*; отчетливое произношение непроносимых согласных для действительно хорошей музыки надо подключать душу, нотки чу[вств]; стяжённое произношение слов *есте[с'н]а; [ср]шенно*. Наблюдается намеренное использование особенностей просторечного произношения: *как влюбить в себя му[ш:ы]ну нарцисса*. На морфологическом уровне языковая игра проявляется за счет создания окказионализмов (*нарциссеха, выканаживает, пацанковатых, умникум*).

В разделе 2.5 исследовано невербальное поведение блогера как важная составляющая привлечения и удержания внимания. Анализ показал, что блогер регулярно использует **ритмические жесты**, которые делают её портрет более динамичным и подчеркивают важные фрагменты речи; **изобразительные жесты** способствуют созданию в видео эффекта шоу и усиливают впечатление о поднимаемых темах; **подчеркивающие жесты** помогают передать мысль, облегчить её усвоение аудиторией. Характер жестов Вероники Степановой во многом связан с движениями пальцев. Они используются в качестве: информативной части сообщения; дополнения к изобразительным жестам; перечисления информации.

Степанова активно использует **мимику**. Когда блогер пытается вспомнить что-либо или перейти к другой теме, она уводит взгляд от камеры, поворачивая голову влево и совершая еле заметные колебания головой, при этом немного хмуря лицо. Еще одной особенностью невербального поведения

блогера является частое пародирование, в котором ей помогает особая жестикуляция, например, в видеоролике 18.10.21г «ТЕСТ: невротик вы или нет? / Устал быть невротиком / Шаги к спокойной жизни» Степанова активно изображает тревожного ребенка: блогер сжимает лицо и шею, складывает губы в трубочку, а руки в кулак и трясет всем туловищем. Таким образом Степанова эпатирует публику, высмеивая подобные черты, а также создает непринужденную обстановку.

Раздел 2.6 посвящен анализу проявления интерактивности в блоге В. Степановой. Блогер использует следующие средства: обращение к аудитории (*любимые мои, мои дорогие, котятки мои любимые,*), призывы к написанию комментариев (*любимые мои / вы меня потеряли // скажите пожалуйста*); использование интерактивных форматов видеороликов (формат теста, вопрос-ответ, формат разбора массовых фильмов). Созданию интерактивности также способствует использование коммуникативных тактик. Так, Степанова использует тактику ориентации на другого. В этом ей помогают: невербальный компонент; использование на содержательном уровне рассказов о личном опыте, а также разнообразная лексика; часто используется тактика гибкости и адаптивности с единичными случаями нарушения. Выявлено, что блогер сознательно нарушает тактики самомониторинга и этичности речевых действий: в видеороликах из тематической группы «Психология популярных людей» мы видим что Степанова, с одной стороны, нарушает этические нормы, так как даёт ложную и порочащую информацию о личности, но с другой, делает это сознательно для повышения просмотров на видеороликах.

В Заключении подведены итоги работы. В целом можно сказать, что В. Степанова активно использует средства привлечения внимания адресата: разнообразие тематики и заголовков привлекает в блог большую аудиторию; использование лексики разных пластов приближает речь к массовому зрителю (хотя иногда и отталкивает его); активный невербальный компонент помогает в усвоении информации и развлекает аудиторию; языковая игра

свидетельствует о развитом лингвокреативном мышлении Степановой, а создание интерактивности в блоге повышает активность под видеороликами. Данные средства привлечения внимания создают речевой портрет блогера. Можно сделать вывод, что речевой портрет В. Степановой яркий, но неоднозначный.

Данные способы привлечения внимания способствует восприятию видеороликов В. Степановой как шоу и формируют её речевой портрет как интересный, но противоречивый.