

БЛОГ КАК ЖАНР НЕПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ПЕРСОНАЛЬНОГО ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА БЕЛАРУСИ

Актуальность исследования прагмалингвистических характеристик блога в белорусском сегменте Интернета обусловлена недостаточной изученностью интернет-коммуникации, что необходимо восполнять, ведь Интернет все прочнее входит в жизнь современного социума не только как средство общения, но и как средство трудовой и образовательной деятельности.

Блоги являются специальной формой организации данных в современном канале непрофессиональной коммуникации, порожденном развитием интернет-технологий. Согласно удачной метафоре Т. В. Евсюковой и Т. М. Гермашевой, блог есть «цифровое тело» автора (как полагаем, в том числе и сообщества единомышленников), которое чрезвычайно важно как способ самовыражения его неповторимой индивидуальности.

Отобранный для анализа практический материал изучается нами с точки зрения выполняемых блогами коммуникативных задач, своеобразия используемой в них лексики, особенностей синтаксиса, морфологических параметров, фонографического разнообразия.

Из лингвистической литературы известно, что прагматический потенциал текста является результатом выбора: а) содержания текста; б) языковых средств его передачи; в) способов построения смысловых связей. Прагматический потенциал текста определяется содержанием и формой сообщения (жанром), существуя как бы независимо от создателя текста.

В самом общем виде под жанром принято понимать устойчивый тип текста, объединенный единой коммуникативной функцией, а также сходными композиционными и стилевыми признаками. Термин *жанр* применительно к сфере интернет-коммуникации получает различные толкования, однако в принципе он подразумевает разнородные по своей природе и специфическим функциям явления. В социальных сетях популярны *форумы, чаты, блоги, вайны* (6-секундные видеоролики, в основном юмористического характера), *группы по интересам* и т.д.

Исследователь Л. Ю. Иванов, описывая язык в электронных средствах коммуникации, предлагает довольно обширную классификацию интернет-жанров, выделяя их по аналогии с жанрами других сфер общения и объединяя в соответствующие группы: 1) общеинформационные жанры, или жанры новостей; 2) научно-образовательные и специальные информационные жанры; 3) художественно-литературные жанры; 4) деловые и коммерческие жанры; 5) жанры, оформляющие неспециальное, непрофессиональное общение. Л. Ю. Иванов относит блог к жанрам, оформляющим неспециальное, непрофессиональное общение. Мы разделяем эту точку зрения.

Блог выступает как один из самых популярных способов общения людей во всем мире. В самом общем виде он представляет собой сайт с датированными текстовыми и мультимедийными записями, подаваемыми в обратном хронологическом порядке с предусмотренной возможностью их комментирования. Блог также понимается как «личный сетевой дневник» о жизни автора. В наиболее широкой трактовке блог оказывается коллективным порождением блогсообщества, посвященным конкретной теме и содержащим большое количество фото и / или видео. Целенаправленность текста предполагает донесение и разъяснение некоторой информации, затрагивающей индивидуальные интересы и ценности адресата. Прагматический потенциал текста проявляется в тех способах и приемах, которыми осуществляется воздействие на потребителя информации. В ряду наиболее эффективных приемов усиления прагматического воздействия блога справедливо отмечаются используемые в нем лексические средства экспрессивности.

В текстах блогов наблюдается выраженное смешение устной и письменной форм общения, в них также явно прослеживается эмоциональная нагрузка. Блогерная коммуникация включает повествование и сообщение, утверждение и рассуждение, аргументацию и доказательство, то есть в ней наблюдается смешение черт научного, делового и некоторых других функциональных стилей.

Как следует из названия публикации, блоги относятся к персональному интернет-дискурсу. Стилизовое многообразие его жанровых форматов обусловливается коммуникативно-прагматическими целями автора. В текстах официальных сайтов доминирует официально-деловой стиль; в социальных сетях преобладает разговорный стиль; для интернет-комментариев характерен разговорный стиль с избытком эмоционально маркированной лексики (Например, *огреть, втюхать*).

Блоги могут отличаться по характеру основного средства медийности: фотоблоги, видеоблоги и аудиоблоги. Так, в видеоблоге преобладают видеофайлы, вставленные в специальный проигрыватель. Медиаструктура блога дополняется **средствами докоммуникативной самопрезентации**, которые могут включать: *имя пользователя, аватар* (графическое или фотоизображение пользователя), *список интересов / антиинтересов, статус* (или девиз, содержащий основную информацию о блоге), при этом каждый блог отличается индивидуальным *дизайном*. Следует также отметить возможность применения авторами блогов **неязыковых средств**, облегчающих взаимодействие коммуникантов. К их числу относятся: использование *аудиовизуальных ресурсов* Интернета, *ссылок* на интернет-ресурсы или другие блоги, *символических заменителей*, *выбор стиля аудиовизуальной презентации* сообщения.

Для ведения блогов в белорусском сегменте Интернета используются русский и белорусский языки. Так как из 20 отобранных нами блогов только один ведется на белорусском языке (*bawola.glowa* – его автором является Ягор Тубелевіч), то можно утверждать, что в нашей стране русскоязычные блоги преобладают. Тем более, что блогов, полностью написанных на английском языке, не обнаружено. Вместе с тем англицизмы встречаются ча-

сто, в частности: *тестим, экспириенс, захантить, спойлер, плейлист, бьюти*. Всегда проще использовать уже имеющиеся популярные слова другого языка, нежели изобретать новые. Англицизмы привлекают внимание своим звучанием, нередко приобретают дополнительное значение и, как правило, усиливают эмоциональный эффект сообщения.

Изучение белорусских блогов показало, что в постах большинства из них наряду со стандартной литературной лексикой присутствует и разговорная. Между тем разговорная лексика не отмечается в образовательных блогах, что связано с их более официальным статусом, предполагающим использование нормативного языка в чистом виде. Также блогам свойственны просторечия: *нажористые ребрышки* вместо *поджаристые*, *труженики кухни*, в смысле ее *сотрудники*, кроме того отмечаются авторские неологизмы: *шекели* ‘деньги’, *барсук в гнезде* ‘быть незамеченным’, способствующие созданию юмористического эффекта, что, несомненно, привлекает пользователей.

В постах и особенно в комментариях широко представлены оценочные лексические единицы и выражения разговорного обихода (Например: *И продукты у них крутые, Палитра оттенков шикарная, Однозначно, рекомендую, Эта линейка достойна вашего внимания, Единственный минус для меня – палитра оттенков*). Для блогов характерно использование терминологической лексики (Например: *БНП* вместо *Беларуская незалежніцкая партыя*, *УПА – Українська паўстанцкая армія*, *калэбарацыянізм*, «*Беркут*», «*Зайчыкі*»), которая обусловлена общей тематической направленностью того или иного блога. Следует отметить, что в некоторых блогах допустимо употребление сленга (Например: *дичь*, *МК* ‘мастер-класс’, *годнота* ‘что-то хорошего качества’, *топчик* ‘лучший’) Перечисленные выше языковые средства делают речь блогеров яркой и потому привлекательной для читателей.

Проанализированная нами текстовая информация содержится в основном в постах. Было выяснено, что тематика белорусских блогов весьма обширна и касается сфер массового потребления товаров и услуг либо отдельного хобби. Выделяются такие темы, как: Беларусь (язык, культурная жизнь, история), еда (продукты питания, кулинарные рецепты, соответствующие заведения), косметика (новинки, советы по уходу, макияж, сопутствующие услуги), скидки и распродажи, музыка и творчество, юмор.

Популярность блогов определяется либо интуитивно (популярны те, которые на слуху), либо по количеству подписчиков. Как правило, чем качественнее блог, тем он популярнее. При этом качество блога зависит от **контента** и **технического дизайна**, то есть от того, **что** и **как** в нем представлено. Чем блог актуальнее, интереснее, проще и удобнее в использовании, тем он популярнее. Среди преимуществ блогов можно выделить: доступность, быстроту передачи информации и эффективность обратной связи, которая реализуется в комментариях. Как наиболее серьезный недостаток необходимо отметить нередко наблюдаемое падение качества информации, так как привлечь практически невозможно привлечь блогера к ответственности за недостоверность сообщаемого.