

**Семёнова Юлия Дмитриевна**

Могилевский государственный университет имени А.А. Кулешова

(г. Могилев, Беларусь)

Juliasemenova88@gmail.com

## **ВИДЕОБЛОГ В ЖАНРОВОЙ СТРУКТУРЕ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА**

Статья посвящена изучению видеоблога как жанра интернет-дискурса. Рассматриваются его цели, функции, структура и классификация.

*Ключевые слова:* интернет-дискурс, интернет-коммуникация, блог, видеоблог

The article is devoted to the study of video blog as a genre of Internet discourse. Its goals, functions, structure and classification are considered.

*Keywords:* Internet discourse, Internet communication, blog, videoblog

Исследованию различных жанров Интернет-коммуникации посвящается в последнее десятилетие немало работ. Коммуникативное пространство Интернета стало своеобразной жанропорождающей средой [6, с. 17]. По замечанию Л.Ф. Компанцевой, «бурное развитие Интернет-коммуникации привело к модификации ряда речевого жанра, что само по себе свидетельствует об изменении прагматических установок и целей участников этого вида коммуникации, актуализации феномена языковой личности, которая через систему речевого жанра самопрезентирует себя в виртуальном дискурсе» [8, с. 174].

В настоящее время в лингвистике существует несколько различных классификаций жанров интернет-дискурса. Так, по функциональному критерию Е.Н. Василенко выделяет: 1) информационные жанры, включающие общеинформационные и специальные информационные жанры, а также репрезентативные, или презентационные, жанры; 2) коммуникативные жанры, оформляющие любой тип общения между пользователями, в том числе профессиональное и фатическое; 3) развлекательные и развивающие жанры, включающие, в том числе, художественно-литературные и эстетические жанры; 4) сервисные жанры, оформляющие использование юзером определенных услуг, предоставляемых посредством Сети [3, с. 21].

При этом «особый исследовательский интерес представляют коммуникативные жанры интернет-дискурса, так как во многом именно новый формат общения обуславливает повышенное внимание к Всемирной сети как обычных пользователей, так и лингвистов» [4, с. 21].

К интернет-жанрам коммуникативной направленности относится и блог (термин был создан путем сокращения слова «веблог» от англ. *weblog* – ‘сетевой бортовой журнал’ [11]). В словаре «Мерриам-Уэбстер» дается следующее определение блога: «веб-сайт, содержащий сетевой частный дневник

с размышлениями, комментариями и часто гиперссылками, предоставляемыми автором» [13]. С. Херринг определяет блоги как «часто обновляемые веб-страницы, в которых датированные записи располагаются в обратном хронологическом порядке» [12]. В блогах деятельность может быть крайне разнообразной: дебаты, объявление о вакансиях, обмен информацией, решение проблемы, обмен оскорблениями, обмен шутками, игра. С. Херринг выделяет три главные социальные цели блога: 1) получить информацию, 2) впечатлить/развлечь других, 3) повеселиться [12]. В. Л. Волохонский выделяет следующие функции ведения блогов: 1) коммуникативную; 2) самопрезентации; 3) развлечения; 4) сплочения и удержания социальных связей; 5) мемуаров; 6) саморазвития или рефлексии; 7) психотерапевтическую [5, с. 125].

Видеоблог представляет собой один из форматов блога, наряду с веблогом, фотоблогом и аудиоблогом [2]. Именно видеоформат блога в наши дни пользуется наибольшей популярностью среди интернет-пользователей. Главное отличие видеоблога от блога заключается в основном средстве передачи информации. Отметим, что и блог, и видеоблог содержат авторскую информацию – контент, который может носить информативный или развлекательный характер [7, с. 59]. Структура видеоблога включает: 1) автора – того, кто занимается ведением канала и созданием контента; 2) адресанта, кто подает информацию (контент) – влогер/блогер; 3) аудиторию, которая воспринимает информацию и может оставить обратную связь – в частности подписчики; 4) платформу для обратной связи, где видео обсуждается с аудиторией; 5) формат как способ подачи информации; 6) контент – информацию, которую транслирует автор [10, с. 56].

По тематической направленности выделяют (виды видеоблогов представлены с опорой на [9, с. 6–7]): 1) бьютиблог (beautyvlog) – видеоблог о красоте и уходе за собой; 2) фэшнблог (fashionvlog) – видеоблог о трендах в одежде и аксессуарах; 3) лайфстайлблог (lifestylevlog) – видео-дневник, в котором блогер делится своей частной жизнью, рассказывает о событиях в своей жизни, о планах и о темах, которые его волнуют или интересуют; 4) игровой блог (gamevlog) – направление, популярное у геймеров, в котором освещаются видеоигры. К наиболее распространенным форматам относятся обзор видеоигр и летсплей; 5) влог путешественника (travelvlog) – такой блог ведут путешественники-любители и профессиональные путешественники для того, чтобы делиться со зрителями своими впечатлениями, дают координаты красивых, интересных, а иногда опасных; 6) политический блог – блог, который ведут представители политических институтов; 7) кулинарный блог – видеоблог, в котором рассказывают о блюдах, рецептуре и процессе приготовления; 8) обзор вирусных видео; 9) социальные эксперименты.

По характеру контента выделяют: 1) обзоры – рассказывается о каком-либо продукте; 2) мнения – автор делится личным мнением; 3) интервью – общение с известными людьми или квалифицированным специалистами в той или

иной области; 4) обучающие видеоблоги – пособие или источник экспертных мнений в области разных областях [1, с. 173].

По технической направленности выделяют: 1) загрузки на специальные интернет сайты (YouTube, Rutube); 2) мобблоги – видеоблоги, созданные в специальных видеоприложениях на смартфоне (Vine, Periscope) [1, с. 174].

Таким образом, видеоблог представляет собой один из форматов относительно нового интернет-жанра блога. Учитывая, что блогеры вообще и видеоблогеры в частности транслируют авторское видение определенных проблем и ситуаций, которое влияет на общественное мнение, и зачастую освещают новости быстрее, чем в официальных источниках и СМИ, видеоблог представляет собой не просто способ самовыражения, но и средство массовой коммуникации. Классификация видеоблогом может осуществляться в соответствии с критериями характера контента, а также тематической и технической направленности.

### Литература

1. Александрович, В. Ю. Видеохостинг youtube как площадка для развития гражданской журналистики / В. Ю. Александрович // Век информации. – 2015. – Т. 1, № 2-1. – С. 171–177.

2. Блог [Электронный ресурс] // Энциклопедический словарь. – 2019. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/es/70926/БЛОГ>. – Дата доступа: 09.10.2019.

3. Василенко, Е. Н. Интернет-дискурс как гипержанровое пространство / Е. Н. Василенко // Лингвистика гипертекста и компьютерно-опосредованной коммуникации : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Самара, 30 августа 2019 г. / Самар. гос. соц.-пед. ун-т ; редкол.: С. А. Стройков (отв. ред.) [и др.]. – Самара, 2019. – С. 17–24.

4. Василенко, Е.Н. Комментарий в жанровом пространстве интернет-дискурса / Е.Н. Василенко // Вестник МГЛУ. Серия 1, Филология. – 2019. – № 3 (100). – С. 20–27.

5. Волохонский, В. Л. Психологические механизмы и основания классификации блогов // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность сб. статей / под ред. В. Л. Волохонского, Ю. Е. Зайцевой. – СПб. : СПбГУ, 2006. – С. 118–131.

6. Горшко, Е. И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии / Е. И. Горшко // Жанры речи : сб. науч. статей ; редкол. В.В. Дементьев (отв. ред.) [и др.]. – Саратов, 2009. – Вып. 6 : Жанр и язык. – С. 111–127.

7. Демченков, С. А. Видеоблоги как разновидность новых медиа: проблемы типологии / С. А. Демченков, А. С. Заднепрянская // Электронные средства массовой информации: вчера, сегодня, завтра : материалы IX Всерос. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 10 апреля 2015 г. / СПбГУП ; редкол.: К. И. Шарафадина [и др.]. – СПб., 2015. – С. 58–60.

8. Компанцева, Л. Ф. Интернет-коммуникация: когнитивнопрагматический и лингвокультурологический аспекты / Л. Ф. Компанцева. – Луганск : Знание, 2007. – 444 с.

9. Российский видеоблогинг 2015: роль и значение в коммуникациях в цифровой среде [Электронный ресурс] // ООО Агентство «Полилог». – 2019. – Режим доступа: <http://www.polylog.ru/a/pdf/2015-06-09-vlogging-analysis.pdf>. – Дата доступа: 09.10.2019.

10. Усачева, О. Ю. К вопросу о жанрах интернет-коммуникации // О. Ю. Усачева // Вестник МГОУ. Серия «Русская филология». – 2009. – № 3. – С. 55–65.

11. Blood, R. Weblogs: A History and Perspective [Electronic resource] / R. Blood. – 2019. – Mode of access : [http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html) – Date of access : 09.10.2019.

12. Herring, S. C. A Faceted Classification Scheme for Computer-Mediated Discourse [Electronic resource] / S. C. Herring // Language@Internet. – 2007. – Vol. 4. – Mode of access : <https://www.languageatinternet.org/articles/2007/761>. – Date of access : 09.10.2019.

13. Merriam-Webster Online [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.merriam-webster.com/>. – Date of access : 09.10.2019.