

УДК 316.74:81
ББК 82

**М.Н. Моргунова,
М.М. Чашко**

**ЛЕКСИКО-
СТИЛИСТИЧЕСКИЕ
ОСОБЕННОСТИ
АНГЛОЯЗЫЧНОГО
БЛГОВОГО ДИСКУРСА
(НА МАТЕРИАЛЕ
АВТОРСКОГО БЛОГА)**

Статья посвящена исследованию лексико-стилистических особенностей англоязычного блогерского дискурса. Анализ проводился на материале авторских текстовых блогов известных медийных лиц, журналистов и блоггеров, посвященных различным вопросам бытовой, социальной, культурной, политической и экономической сфер жизни общества. Отбирались наиболее обсуждаемые темы за последние два года (2014 – 2015).

Ключевые слова: блогерский дискурс, веб-блог, адресат, адресант, Интернет-лексика, метафора.

Моргунова Марина Николаевна – канд. филол. наук, доцент кафедры английской филологии Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Южного федерального университета
Тел.: 8-903-407-11-93
E-mail: morgunova74@mail.ru

Чашко Марина Михайловна – студентка 4 курса направления «Филология» Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Южного федерального университета
Тел.: 8-918-895-99-06
E-mail: chashkomarina@gmail.com

© Моргунова М.Н., Чашко М.М., 2015.

Возникновение Интернета и информационных технологий оказало огромное влияние на коммуникативное взаимодействие людей и общие закономерности коммуникации. В настоящее время проводится большое количество лингвистических исследований, посвященных разнообразным аспектам Интернет-коммуникации, ее формам и жанрам. Появился новый термин – «коммуникация, опосредованная компьютером» [Щипицина, с. 155].

Большую значимость приобретает вопрос о том, какие лингвистические средства используются в новых условиях электронной коммуникации. Ответ на этот вопрос можно решить посредством исследования языковых реалий, в частности текстов блогерского дискурса.

Цель нашего исследования заключается в анализе лексико-стилистических особенностей англоязычного блогерского дискурса. Для реализации поставленной цели мы исследовали авторские текстовые веб-блоги известных медийных лиц, журналистов и блоггеров, посвященные различным вопросам бытовой, социальной, культурной, политической и экономической сфер жизни общества. Отбор фактического материала осуществлялся методом сплошной выборки. Отбирались наиболее обсуждаемые темы за последние два года (2014 – 2015).

Рассмотрим центральное для нашего исследования понятие «блог». В работе американских исследователей «Weblogs as a bridging genre» под термином Интернет-

блог (блог) понимается постоянно обновляемая веб-страница, датированные посещения которой представлены в обратном порядке [Herring et al.]. Анализируя проблему построения блогowego дискурса, исследователь С.В. Полякова отмечает следующее: «Блог относится к совершенно новому, отдельному классу веб-сайтов, сочетающему в себе черты информационного ресурса, конференции с постоянно обновляющимися темами и личного дневника. Блоговый дискурс рассматривается как совокупность текстов, созданных автором веб-страницы (адресантом), читателями (адресатами), которые тоже могут вступать в диалоговое общение (разговор) между собой в определенных условиях электронного формата, контролируемое третьей стороной — модераторами.» [Полякова, с. 41].

В специальной литературе отражено несколько точек зрения на критерии типологизации и классификации блогов. В качестве наиболее важных выделяются авторство, тематическая направленность, наличие мультимедиа и др. В нашем исследовании мы ограничились изучением лексико-стилистических особенностей авторского (личного) текстового блога, который является основополагающим в пространстве блогowego дискурса. Сформировавшись на ранних этапах возникновения электронного коммуникативного пространства, авторский блог успешно функционирует на протяжении последних нескольких десятилетий в среде межличностной электронной коммуникации.

Различными аспектами лингвистического исследования веб-блогов занимаются многие отечественные и зарубежные лингвисты (Е.И. Горюшко, А.А. Зализняк, А.В. Алексеев, Н.В. Черкасова, И.Н. Шамаев, S. Herring, L. Scheidt, S. Bonus, E. Wright и др.). Исследователи отмечают тот факт, что блог представляет собой полиадресный текст, принципиально ориентированный на множество читателей. «Возникновение феномена “публичной интимности” связано не только с тем, что новые технологии дают возможность легко и быстро поделиться своими мыслями и чувствами с неограниченным числом людей, но также и с тем, что эти технологии позволяют предъявить этому множеству людей свой текст как свидетельство своего индивидуального бытия.» [Зализняк, <http>].

В сравнении с другими форматами Интернет-коммуникации, которые приобрели относительно внезапную, большую популярность (например, электронная почта, чат, твиттер), блоги в корне отличаются от всего, что появилось раньше, и обладают социально-трансформирующим, демократизирующим потенциалом. Журналисты воспринимают блоги как альтернативный ресурс новостей и средство выражения общественного мнения. Преподаватели и представители деловых кругов определяют их как площадки для обмена знаниями. И, наконец, частные пользователи используют блоги как определенное средство самовыражения и самосовершенствования. Блогосфера предоставляет возможность рассказать о своей личной жизни, о своих увлечениях, интересах, предпочтениях и ежедневных буднях, тем самым заявить о личностной уникальности. Именно в этом проявляется социокультурная специфика блога

на данном этапе его развития, во многом определившая его лингвостилистические особенности.

Авторский блог – это своеобразное креативное пространство, служащее для персонального развития авторских идей создателя, который самостоятельно определяет структуру, дизайн и контент своего блога, а также использует языковые средства и стилистические приемы, которые бы наиболее ярко отражали замысел и тематику блога.

Иллюстративным примером может служить авторский блог под названием “To Work Or Play”, который ведут пять девушек – жительниц Лондона, рассказывающие широкой интернет-аудитории о последних событиях, мероприятиях, новых заведениях и т.д., т.е. о социальной жизни города. В данном случае для нас любопытно отметить, что структура блога обусловлена его семантическим наполнением. Блог разбит на два семантических поля: “*to work*” – *работать* и “*to play*” – *играть*. На главной странице авторы предлагают своим читателям выбрать одну из двух секций: “*to work*” – если вас интересуют деловые новости, обзор последних событий за неделю и т.д. (т.е. все, что ассоциируется с работой, бизнес-средой) или “*to play*” – если вы ищете информацию о здоровье, еде, путешествиях и др. (т.е. все, что ассоциируется с игрой, отдыхом, развлечениями). Таким образом, используя стилистический прием метонимии, авторам удастся внести индивидуальный, оригинальный вклад в структуру (дизайн) блога, а также тематически разделить его контент, сделав его привлекательным для аудитории, удобным в использовании и уникальным в своем роде.

Выбор лексических средств блога обусловлен совокупностью различных детерминант общего и частного характера: спецификой электронной коммуникации, социокультурной ролью блога, тематической направленностью текста, социальным статусом автора и его профессиональной деятельностью.

Безусловно, характерной лексической особенностью блоггового дискурса является использование Интернет-лексики: «*o google*» (*гу-глит* – от имени известной в мире поисковой системы «Google», что дословно можно считать «искать в системе Google», но в разговорной речи приобрело более широкое значение – «искать в интернете» (независимо от используемого поисковика); «*to like*» (поставить отметку «LIKE» – дословно «нравится»); «*to tag someone*» (отмечать кого-либо на размещенной в социальной сети фотографии/записи; также используется «*hashtag*» – слово, которому предшествует хэш или знак фунта (#) для идентификации сообщений по конкретной теме); «*to follow*» (подписаться на обновления чей-либо страницы в социальных сетях); «*to retweet/to repost*» (скопировать и опубликовать чей-либо блог-пост на своей Интернет странице).

Другой характерной лексической особенностью блога является использование профессионально-ориентированной лексики различного функционально-стилистического статуса (терминов и стилистически сниженных жаргонизмов): «*narrative*», «*snapshot*», «*resonance*»,

«fast and slow cinema», «film scholar», «producer&artist», «chart», «cast of models», «debut album», «velvet and lux fabrics», «fashion look», «vintage», «embellishments», «two shot», «frou-frou ball gown creations», «behind-the-scenes footage», «cover». Данная особенность проявляется в авторских блогах писателей, журналистов, дизайнеров, критиков, музыкантов, кинорежиссеров, представителей шоу-бизнеса и других публичных (медийных) лиц. Приведем примеры:

«As far as **fashion photography** goes, you can put clothes on any **mannequin** and take a picture, but only a good **model** can bring those clothes alive». («Oh-So-Coco»)

«An audience member involved with **independent cinema** brought up a dilemma related to foreign distribution: when **filmmakers** want to fill **major roles** with actors of color, international funding sources often balk, citing statistics which show that nonwhite American have worse **box office track records** overseas than white stars». («CHAZ'S BLOG»)

«He compares **Direct Cinema** to a similar movement that was happening **in print**, the **Nonfiction Novel** - an **offshoot** of the so-called **New Journalism**, practiced by the likes of Tom Wolfe, Truman Capote and Norman Mailer». («MZS» – blog by Matt Zoller Seitz)

Для авторских блогов президентов, представителей местных органов власти и известных политиков характерным является использование официальной лексики, терминологии сферы политики, экономики и международных отношений: «taxes», «health care», «military response», «reforms», «pragmatic, innovative and independent thinker», «co-operation», «election», «budget deficit», «political latitude», «budget cuts», «innovative reforms», «permanent secretariat», «humanitarian problems», «GDP», «representative», «small business», «presidency», «investment», «economic growth», «comprehensive plan». Приведем ряд примеров:

«Here at the White House, **President Obama** is always looking for new ways to engage with the public -- **respond** to a few letters, meet a few new faces, or read a few mean tweets». («The White House Blog»)

«This letter ignores two centuries of **precedent** and threatens to undermine the ability of any future American **President** – **Democrat** or **Republican** – to **negotiate** with other nations **on behalf of** the United States». («The White House Blog»)

«After 100,000 **civilians** have already died the use of **chemical weapons** has it seems stirred up the need for **intervention**». (DavidCameron.com)

«Indeed, the **Cabinet Office** is already running a **pilot scheme** for its staff and the challenge has now been extended to the whole of the **Civil Service**». («Jon Rouse Blog» at GOV.UK blogs)

Одной из характерных лексических особенностей авторского блога является использование фразеологизмов и идиом, что делает речь публичных лиц более яркой, выразительной, неформальной, и, как следствие, активизирует эмоционально-чувственное восприятие контента. Вместе с тем фразеологические единицы являются лаконичными сред-

ствами информирования адресата, апеллируя к его общефоновым знаниям:

«I'm not sure *why* you'd want to take a drug that makes your sphincter relax and then **go wild** at a disco because that sounds like a recipe for disaster, but **whatever floats your boat**, I guess». («Thebloggess»)

«There couldn't have been a better **cherry on top** to my day as this one... video explains it all!!!» («KatyPerryblog»)

«I never experienced someone being hostile to me at a tech event until last year. I've been in the tech space for fifteen years, attending conferences, user groups, and meetups without incident. As the old saying goes, "**when it rains it pours**»». (Adria Richards «But You're A Girl»)

«"Everyone has that Cinderella **rags-to-riches** story; it's a story that everyone can relate to", she says». («Oh-So-Coco»)

Как явствует из приведенных примеров, фразеологические единицы придают речи индивидуальный колорит в рамках установленного стиля коммуникации, актуализируют прагматические установки адресанта: его эмоциональное настроение, творческий дух, жизненный ритм и установки.

Стремление автора придать тексту блога максимальную экспрессивность детерминирует появление стилистически-маркированной лексики. В блогговом дискурсе встречаем следующие стилистически-сниженные разряды:

- коллоквиализмы и слэнговые выражения:

«Today was **hanging out** with Manish Arora and course shows every night». («KatyPerryblog»)

«He's my **sidekick**. When I get sick, he gets sick». («KatyPerryblog»)

«Roger ingratiated himself with me the first time we met, which was over lunch, back in the early '80s, at a **snooty-tootie** French restaurant in the nation's capital that I thought would impress both him and his TV **buddy** Gene Siskel». («TOM SHALES AT LARGE»)

«I mean I love NY but I could never live there (not unless I was truly able to be bicoastal) and my **hubby** isn't at all interested in moving to Atlanta...» («Candid Confessions of a Creative» blog by actress Brandi Ford)

«I **holler about** all manner of lifestyle, London, laughter, culturey things here, all from the eye of a penniless twentysomething». («Bloody Hell Brennan»)

- вульгаризмы:

«Sensory overload... cause i'm in Japan **bitch!**» («KatyPerryblog»)

«"Then he was like "Why is there a sack of human bones in your wish list?" and I was like "FOR YOU, **ASSHOLE**."» («Thebloggess»)

«**Shit-I-didn't-come-up-with-but-wish-I-did-because-it's-awesome**». («Thebloggess»).

Как видим, лексические средства в блогговом дискурсе характеризуются большим разнообразием, что свидетельствует о том, что блог представляет собой специфический вид электронной коммуникации, сочетающий черты разговорного и книжного стиля. Данная языковая

особенность детерминирована экстралингвистическими факторами, среди которых назовем самые важные: определенную социокультурную роль блога, относительную свободу и креативность в выборе лингвистических средств.

Далее в нашем исследовании остановимся подробнее на стилистических средствах и приемах выразительности, характерных для блогowego дискурса, а также проиллюстрируем данные особенности наиболее яркими примерами.

Анализ текстов авторских блогов показал, что одной из самых распространенных стилистических фигур является метафора. Например:

*«Well, Friends, we survived August. Someway. Somehow, we were able to **slog through the heat waves of summer's last-ditch efforts to show us who's boss**».* (Laura Mayes «Blog con Queso»)

В данном примере, описывая личные впечатления от непривычно жаркого последнего летнего месяца – августа, автор сравнивает выживание при невыносимом зное с пробиванием сквозь «жаркие волны», исходящие от солнца, которые он в свою очередь называет «отчаянными попытками» солнца («босса»), показать «кто в доме хозяин». Данный пример является образцом развернутой, или сложной метафоры, которая состоит из набора метафорически употребленных слов, создающих единый образ из ряда взаимосвязанных и дополняющих друг друга простых метафор, усиливающих мотивированность данного образа.

Приведем примеры простых метафор:

*«NO, you can't remove that organ because it was given to you at birth and since you are a GOD created being, it is **God's appendix**, so you MUST keep it, even if it kills you...»* («Coffee, clutter and chaos» blog)

*«Ah summertime! Long, open days of **sun-kissed** porch swings, afternoon watermelon, evening fireflies, kids saying they're bored every 10 minutes».* (Laura Mayes «Blog con Queso»)

*«There is always a melancholic undertone, **buried** just deep enough beneath artifice and artistry that you don't see it right away».* («MZS» – Matt Zoller Seitz)

При помощи развернутых и простых метафорических трансформаций блоггер стремится не только информировать читателя, но и манипулировать умозаключениями реципиента. Безусловно, метафора обладает большим номинативным потенциалом, совмещая в своей простой или развернутой эксплицитной форме информацию о сути описываемого явления и имплицитно выраженное отношение автора. Актуализируя прагматический потенциал текста, автор блога стремится инициировать диалог с аудиторией.

Такие же цели преследуют авторы блогов, использующие в своих текстах близкий к метафоре стилистический прием – сравнение:

«Her: "I am not fake!"

*Me: "You are being so fake right now, if I took a match to your face it would melt **like my barbie dolls did**."»* («Two vs Three»)

«*Surviving Fashion Week is like running a marathon*». («Oh-So-Coco»)

«*Why do I never see some of my friends updates but see others constantly? Why do I see things on my timeline days after they've been shared? Is it witchcraft? Because it feels like witchcraft*». («Thebloggess»)

«*When will Oscar winners ever learn to shut up about their damn kids and stop treating this supposedly global event like a small-town pancake supper?*» («TOM SHALES AT LARGE»)

Поскольку авторский блог является своеобразным креативным пространством для выражения личных идей, чувств, эмоций, отражаемая реальность в блоговом дискурсе зачастую передается гиперболически:

«*Yes, a pause while many of us sigh, "Can it possibly be that long ago that he left?" The tears have scarcely dried on my pillow (okay, a slight exaggeration)*». («TOM SHALES AT LARGE»)

«*Monday was such an epic day. Had an amazing opportunity to have a private tour of The White House with my family. I already want to go back. So much history and so cozy*». («Vanessa Hudgens»)

«*There's so much Bosco in my house, I could make curtains out of it*». («Like the Vodka»)

«*Of course, there's a world of difference between religious beliefs (based on faith) and rational ones (based on empirical evidence)*». («SCANNERS» blog)

Кроме того, эмоциональное состояние автора, его субъективная оценка отражаемой действительности очень часто эксплицируется оценочными эпитетами. Например: *"baffling", "simply stultifying", "slack", "cliché-ridden", "frou-frou", "glass-slipper", "dreary", "modern-day", "astonishing", "stomach-churning", "jaw-dropping debacle", "witlessly produced", "genuinely thrilling", "unfathomable", "ridiculous", "superfluous", "megalomaniacal", "awesome", "cartoonish and nihilistic", "grotesque", "stylish", "ponderous", "brilliant", "effortless"* и др.

В данных примерах проиллюстрировано стремление автора максимально точно, ярко и при этом лаконично (что немаловажно для электронной коммуникации) вербализовать собственную точку зрения по какому-либо вопросу, а также стимулировать потенциального читателя к диалогу.

Проанализированные нами лингво-стилистические приемы и средства используются блоггерами для придания эмоциональной выразительности и особого колорита своим рассуждениям, для создания своего круга читателей, принимающих/не принимающих позицию автора.

В заключение можно констатировать следующее: экстралингвистические особенности блогового дискурса предопределили лингвостилистические характеристики данного вида Интернет-коммуникации. Лингвистические средства, используемые авторами блогов, с одной стороны, выполняют информативную функцию, транслируя личностное отношение блогера к различным политическим, экономическим, соци-

альным и бытовым вопросам. С другой стороны, выбор лингвистических средств демонстрирует интенции автора привлечь внимание широкой читательской аудитории, манипулировать общественным мнением, апеллировать к эмоционально-сенсорному восприятию отображаемой реальности и инициировать диалог с адресатом.

Литература

Алексеев А.В. Записи в блоге как речевой жанр Интернет-коммуникации [Электронный ресурс]. URL: <http://iawia.net.ru/diplom.htm> (дата обращения 15.03.2015).

Горошко Е. И. Лингвистика Интернета: формирование дисциплинарной парадигмы // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: сб. науч. тр. Орел, 2007. Вып. 5.

Зализняк А.А. Дневник: к определению жанра // Новое литературное обозрение. 2010. № 106 [Электронный ресурс]. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2010/106/za14.html> (дата обращения: 15.03.2015).

Полякова С.В. Особенности блогowego дискурса // Вестн. Российского гос. ун-та им. И. Канта. 2010. Вып. 2.

Черкасова Н.В. Лингвокультурологические характеристики блога как жанра Интернет-коммуникации // Вестн. Челябинского гос. ун-та. 2012. № 5 (259). Филология. Искусствоведение. Вып. 63.

Шамаев И.Н. Классификация блогов рунета // Вестн. Волгоградского гос. ун-та. Серия 9: Исследования молодых ученых. 2013. № 11.

Щипицина Л.Ю. Коммуникативные и медиалингвистические подходы к изучению компьютерно-опосредованной коммуникации // Вестн. Челябинского гос. ун-та. 2009. Вып. 37.

Herring S. C., Scheidt L. A., Bonus S., Wright E. Weblogs as a bridging genre // Information, Technology & People. 2005. 18(2).

References

Alekseev A.V. Zapisi v bloge kak rechevoi zhanr Internet-kommunikatsii [Elektronnyi resurs]. URL: <http://iawia.net.ru/diplom.htm>.

Goroshko E. I. Lingvistika Interneta: formirovanie distsiplinarnoi paradigmy // Zhanry i tipy teksta v nauchnom i mediinom diskurse: sb. nauch. tr. Orel, 2007. Vyp. 5. S. 223–237.

Zaliznyak A.A. Dnevnik: k opredeleniyu zhanra // Novoe literaturnoe obozrenie. 2010. № 106 [Elektronnyi resurs]. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2010/106/za14.html> (data obrashcheniya: 15 marta 2015)

Polyakova S.V. Osobennosti blogovogo diskursa // Vestnik Rossiiskogo gosudarstvennogo universiteta im. I. Kanta. 2010. Vyp. 2. S. 41–45.

Cherkasova N.V. Lingvokul'turologicheskie kharakteristiki bloga kak zhanra Internet-kommunikatsii // Vestn. Chelyab. gos. un-ta. 2012. № 5 (259). Filologiya. Iskuststvovedenie. Vyp. 63. S. 164–168.

Shamaev I.N. Klassifikatsiya blogov runeta // Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 9: Issledovaniya molodykh uchenykh. 2013. № 11.

Shchipitsina, L.Yu. Kommunikativnye i medialingvisticheskie podkhody k izucheniyu komp'yuterno-oposredovannoi kommunikatsii // L.Yu. Shchipitsina //

Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. – Vyp. 37. – 2009. – S. 155–159.

Herring, S. C., Scheidt, L. A., Bonus, S., and Wright, E. Weblogs as a bridging genre // Information, Technology & People. 2005. 18(2), 142-171.

Morgunova M.N., Chashko M.M. (Southern federal university, Rostov-on-Don, Russian Federation)

Lexico-stylistic peculiarities of the English blog discourse (on the material of the author's blog)

The article studies the lexical-stylistic features of English-language blogging discourse. The analysis was conducted on the material of blogs copyright texts known to media people, journalists and bloggers on various issues of environmental, social, cultural, political and economic spheres of society, selected the most discussed topics of the last two years (2014-2015).

A comparative analysis of the blog with other forms of Internet communication (email, chat, twitter) is carried out. It is argued that blogs have a socio-transforming, democratizing potential, a special way of self-expression, self-improvement and personal statement of uniqueness.

Extralinguistic features of blog largely dictate its linguistic and stylistic characteristics. It is argued that the author's blog - a kind of creative space for the personal development of the author's ideas of creation, which determines the structure, design and content of the blog, as well as using linguistic means and stylistic devices that would most clearly reflect the purpose and theme of the blog.

Selection of the lexical and stylistic means of the blog is determined by a combination of various determinants of the general and specific. It is revealed the use of Internet language, professionally-oriented vocabulary of various functional and stylistic status, stylistically marked vocabulary. Among the stylistic figures most common are a metaphor, simile, hyperbole epithet.

Key words: *discourse blogging, weblog, destination, sender, Internet vocabulary, metaphor.*

Morgunova Marina Nikolaevna – candidate of linguistics, English philology dpt. Institute of philology, journalism and cross-cultural communication, Southern federal university. Phone: 8-903-407-11-93; E-mail: morgunova74@mail.ru

Chashko Marina Mikhailovna – 4-year student. Institute of philology, journalism and cross-cultural communication, Southern federal university. Phone: 8-918-895-99-06; E-mail: chashkomarina@gmail.com