

Критерии классификации блогов немецкоязычной блогосферы

Научный руководитель – Шемчук Юлия Михайловна

Парамонова Евгения Евгеньевна

Студент (магистр)

Московский государственный областной университет, Москва, Россия

E-mail: paramonowa2407@rambler.ru

Единой классификации блогов не существует. Критерии для выделения видов блогов весьма разнообразны.

Данная проблема освещалась в первую очередь в работах таких журналистов, как Попова А.А., Алексеевой А.О., Рогачевой Н.Б. [1-3]. Схожие исследования проводились также по изучению русско- и англоязычной блогосфер, например, в работах Горшковой Е.И., Касьяновой Н.В., Ануфриевой Н.А., Nowson S. [4-7]. Классификация немецкоязычных блогов в этом плане изучена недостаточно.

В данной работе предпринимается попытка на основании проанализированного теоретического и практического материала представить типологизацию блогов немецкоязычной блогосферы. Материалом исследования послужили популярные в Германии немецкоязычные блоги сети Instagram: @bibisbeautypalace, @pilotpatrick, @dagibee, @juliabeautx, @mandybork [8-12].

Одним из главных критериев типологизации блогов немецкоязычных блогеров может являться **авторский состав**, на базе которого выделяются собственно авторские блоги и коллективные. Авторский блог, который является преимущественным для немецкоязычной блогосферы, представляет собой личный блог одного пользователя. Такой вид блога предназначен для выражения мыслей, мнения, эмоций и жизненной позиции блогера. Коллективный блог ведется несколькими авторами с целью повышения популярности конкретной организации и привлечение будущих клиентов.

Блоги популярных немецких блогеров возможно разделить также по такому критерию, как **тип автора**. В данном случае речь идет о личных, призрачных, коллективных и корпоративных блогах. Личный блог ведется, как правило, одним человеком - блогером - который сам же и является создателем блога. Неустановленной личностью ведется так называемый призрачный блог; автор данного блога выступает под псевдонимом или именем другого человека. Коллективный блог ведет целая группа лиц. Сотрудники какой-либо компании или организации являются «блогерами» корпоративных блогов. Для немецкоязычной блогосферы характерны личные блоги.

Характер информационных материалов также может являться одним из критериев классификации немецкоязычных блогов. В этой связи выделяются следующие типы блогов: записи личного характера; записи на уровне эксперта, отражающие знания определенной сферы; блоги, основанные на избранных опубликованных в СМИ материалов; блоги мнений, оценивающие тематические статьи других индивидов.

Основанием для классификации немецких блогов может быть также **наличие определенных видов мультимедиа**. В данном случае речь идет о простых текстовых блогах, графических блогах, фото- и/или видеоблогах. В немецкоязычных блогах все виды мультимедиа интегрированы.

Еще одним немаловажным критерием для типологизации блогов немецкоязычной блогосферы является **отношение автора к контенту**. В данном случае существует два вида блога - блог с преобладанием личных записей и блог с комментированием постов других пользователей.

Кроме того, для классификации немецкоязычных блогов существует критерий, связанный с их внутренним содержанием, а именно **тематической направленностью**. В этой связи выделяются следующие тематики постов: события из личной жизни автора блога; межличностные отношения и коммуникация; изображения, ссылки и цитаты; настроение блогера; увлечение автора (музыка, кино, литература, мода); учеба или работа; творческая составляющая; публичные объявления и обращения; размышления блогера; новости или события, происходящие в реальном мире.

Наиболее конкретные сферы деления блогов популярных немецкоязычных блогеров по тематической направленности можно представить следующим образом. Основными темами блогов являются: профессиональная деятельность, образование, политика, путешествия, мода, красота, музыка, здоровье, новости внешнего мира, кулинария, стиль жизни, фитнес, спорт, финансы, психология, кино, автомобили, животные, игры, книги.

Все вышеприведенные классификации общие и применимые к фактически любому виду блогерской деятельности в Интернет-пространстве.

Анализ, проведенный в ходе изучения лингвистических особенностей блогов популярных немецкоязычных блогеров в Германии сети Instagram, позволяет также говорить о том, что помимо общих критериев деления блогов можно выявить и более частные классификации, однако имеющие потенциал и в типологизации блогов в других блогерских пространствах.

Так, в первую очередь необходимо отметить, что по умолчанию все зарегистрировавшиеся пользователи имеют личный блог, самый простой тип аккаунта с возможностью делать его как открытым, так и закрытым самостоятельно. Однако автор может выбрать и функцию «профессионального блога», предполагающий всегда открытый доступ для всей аудитории сети. Переключаясь на такой тип аккаунта, автор также выбирает наиболее подходящую цель (тему) создания блога: деятель искусств, музыкант/группа, блогер (публичная личность), одежда (бренд), сообщество, автор цифрового контента, образование, предприниматель, здоровье/красота, редактор, писатель, личный блог, товар/услуга, геймер, ресторан, красота (косметика и уход за собой), продуктовый магазин, фотограф, покупки и розничная торговля, автор видео. Кроме того, в отдельную группу выделяются аккаунты, имеющих брендированный контент, то есть размещение оплаченных постов с заказанной рекламой.

То есть, можно говорить о том, что блоги могут также классифицироваться еще и по следующим критериям: **доступность блога для других пользователей, публичность блога, целевой критерий и наличие брендированного контента**.

Источники и литература

1) Попов А.А. Блогинг как форма профессиональной журналистской коммуникации: дис. ... кандидата филологических наук: 10.01.10 / Попов Антон Александрович; [Место защиты: Тверской государственный университет]. - Тверь, 2013. - 176 с.

2) Алексеева А.О. Новые интерактивные медиа в контексте теорий информационного общества: автореферат дис.. канд. филол. наук, М. 2006. URL: <http://www.dissercat.com/content/novye-interaktivnye-media-v-kontekste-teorii-informatsionnogo-obshchestva> (дата обращения: 24.02.2016).

3) Рогачева Н. Б. Новые приоритеты в русском Интернет-общении: на материале жанра блога / Н.Б. Рогачева // Жанры речи: Сборник науч. ст. - Саратов: Издательский центр «Наука», 2007. - Вып. 5.

4) Горшкова Е.И. Блог как вид интернет-коммуникации: автореферат дис. / Горшкова Е.И.; [Место защиты: Рос. гос. пед. ун-т им. А.И. Герцена]. - Санкт-Петербург, 2013. - 22 с.

5) Касьянова Н.В. Лингвокультурологические особенности корпоративного блога как жанра интернет-коммуникации (на материале английского и русского языков): диссертация ... кандидата филологических наук. - Майкоп, 2015.- 209 с.

6) Ануфриева Н. А. Блогосфера как открытое информационное пространство: опыт классификации / Н. А. Ануфриева // Поволжский педагогический поиск. - 2016. - № 1(15). - С. 81-84

7) Nowson S. The language of weblogs: a study of genre and individual differences. PhD Thesus (Unpublished manuscript) // S. Nowson. - University of Edinburgh, 2006. - 279 p.

8) URL: <https://instagram.com/bibisbeautypalace/>

9) URL: <https://instagram.com/dagibee/>

10) URL: <https://instagram.com/juliabeautx/>

11) URL: <https://instagram.com/mandybork/>

12) URL: <https://instagram.com/pilotpatrick/>