

**Влияние национально-культурного контекста на медиастиль блогов
Казахстана и России**

Научный руководитель – Клушина Наталья Ивановна

Байбуза Александр Сергеевич

Студент (магистр)

Казахстанский филиал МГУ имени М.В.Ломоносова, Кафедра филологии, Астана,
Казахстан

E-mail: alexbaybuza@mail.ru

Целью данной работы является попытка установить, влияет ли национально-культурный контекст на медиастилистические особенности жанра блога в медиа-пространствах Казахстана и России. Актуальность исследования заключается в том, что влияние национальных языковых особенностей на медиастилистику блогов остается малоизученным. В качестве объекта исследования были выбраны Telegram-блог казахстанского предпринимателя Маргулана Сейсембаева «Маргулан Сейсембай» и Telegram-блог российского тревел-журналиста Тимура Юсупова «Мир, гамарджоба». Выбор различных по тематике блогов обусловлен необходимостью определить общие стилистические особенности, характерные для текстов блога внутри жанра.

Как отмечает исследователь И. Дебердиева, стилистика блога сама по себе крайне неоднородна, поскольку имеет крайне широкую область определения – от «художественности» до полной «бессвязности» [Дебердиева: 46]. Во многом отбор речевых средств в контексте интернет-коммуникаций обусловлен спецификой задач, которые стоят перед пользователем. Это может быть самовыражение, общение в рамках полилога и моментальность отклика, которая устанавливает паритет между говорящим и слушающим и обеспечивает обмен ролями между ними [Дебердиева: 45]. В контексте блога вовлечение адресата, его «активизация», реализуется через диалогичность текста. Это также позволяет говорить об учете интересов коммуниканта [Пром: 8]. Помимо этого, исследователь А. Пром выделяет *доброжелательную тональность* в качестве одного из факторов установления контакта с читателями [Пром: 16]. Таким образом, можно говорить о речевом воздействии на собеседника. Помимо языковых средств, исследователи выделяют и графические средства воздействия [Бутакова, Вязгина: 40].

В рамках исследования в общей сложности было отобрано 105 публикаций (45 – из блога «Мир, гамарджоба», 60 – из блога «Маргулан Сейсембай»). На лексическом уровне заметно вкрапление неологизмов, сленгизмов, жаргонизмов и окказионализмов. В лексиконе автора «Маргулан Сейсембай» можно выделить лексему «драйв» и производные от нее: «драйвить», «драйвит»; сленговую лексику вроде «крутой», «топовый», «понтый», «залететь» (мимолетно посетить), «вайб»; жаргонизм «кайф» и производные от него: «кайфуюем», «кайфово»; англицизм «must see» [Маргулан Сейсембай]. Лексическое разнообразие блога «Мир, гамарджоба» также весьма показательно. Здесь представлены авторские окказионализмы вроде «поехалите», «обниманцы», «уикэндители», «Батя-трип»; сленгизмы – «трип», «фан», «камон», выражение «ворвались с ноги», «фудис», «ланч», «топ»; жаргонизм «фиксеры», сниженное «строят рожи», англицизм «must-have» [Мир, гамарджоба].

В качестве визуальных и аудиальных средств выражения авторы используют аудиозаписи, круглые видео (короткие видеоролики), эмодзи. Автор блога «Мир, гамарджоба» применяет восклицательный знак для того, чтобы обратить внимание читателей на конкретный отрывок в тексте: «в ноябре я завёл блог в *Одноклассниках(!)*», «До *1997(!)* года Гонконг был колонией Великобритании» [Мир, гамарджоба].

Автор блога «Мир, гамарджоба» создает интерактив с читателями посредством вопросно-ответной формы. Блогер просит аудиторию поделиться мнением по тому или иному вопросу в комментариях. Если необходимо побудить читателей к какому-то иному действию, то оба автора также прибегают к директивности. Она может быть выражена неявно, как в случае с блогом «Мир, гамарджоба»: «*Вы знаете, что нужно делать [U+1F61C]*» [Мир, гамарджоба], так и явно, как, например, в блоге «Маргулан Сейсембая»: «*Вас тоже призываю участвовать и выполнить свой гражданский долг*» [Маргулан Сейсембай]. Отчасти это способствует вовлечению читателей в процесс коммуникации, отчасти – служит инструментом маркетинговых коммуникативных стратегий. Судя по всему, директивность обусловлена не стилем блога, а его возможностями как жанра.

В ходе исследования были выявлены медиастилистические особенности блогов в Telegram-пространстве Казахстана и России. Анализ лексического уровня блогов показал, что оба блогера активно используют неологизмы, сленг и жаргонизмы. Графические и аудиовизуальные средства играют важную роль в привлечении внимания читателей. Помимо этого, оба автора активно взаимодействуют с аудиторией через использование директивных конструкций. Однако трудно отнести директивность к однозначно стилистическим особенностям блога, поскольку она носит, скорее, жанровый характер.

Таким образом, установить однозначное влияние национально-культурного контекста на медиастилистику блогов не представилось возможным. Присутствие различия в лексике и стилистических приемах нельзя однозначно связать именно с национальными особенностями. Для более глубокого понимания механизма требуются дальнейшие исследования, включающие более широкий корпус текстов.

Источники и литература

- 1) Бутакова Л.О., Вязигина С.Ю. Эмотивная составляющая воздействия текста интернет-блога // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. 2023. Т. 22, № 1. С. 39–52.
- 2) Дебердиева И.И. Система жанров сетевой речи в русскоязычном цифровом дискурсе // Вестник ТГГПУ. 2022. №4 (70). С. 44–50.
- 3) Пром Н.А. Речевые тактики диалогизации и провокативности в жанрах авторской колонки и блога // VERBA. Северо-Западный лингвистический журнал. 2022. №2(4). С. 7–18.
- 4) Маргулан Сейсембай: <https://t.me/MargulanSeissembai> (дата обращения: 28.02.2025)
- 5) Мир, гамарджоба: <https://t.me/s/mirgamarjoba> (дата обращения: 28.02.2025)