

Синтаксические характеристики организации интернет-дискурса (на примере фэшн-блогов)

Научный руководитель – Абдульманова Аделя Хамитовна

Петренко Анастасия Олеговна

Студент (бакалавр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Филологический факультет,
Кафедра английской филологии и перевода, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: anastacirebell@yandex.ru

В настоящее время Интернет и блоги, в частности, фэшн-блоги, оказывают все большее влияние на людей, постепенно вытесняя привычные форматы СМИ.

Исследователи относят появление первых фэшн-блогов к разным временным периодам: к концу 1980-х, началу 1990-х или 2000-х. Название нового интернет-жанра оформилось и было занесено в Оксфордский словарь в 2003 году. Блог был определен как сетевой дневник одного или нескольких авторов, состоящий из записей в обратном хронологическом порядке [1].

Мы определяем данный интернет-жанр как гипертекст, для которого характерно нелинейное прочтение, наличие визуальных компонентов, а также активное взаимодействие с аудиторией.

Многие исследователи отмечают двойственную природу блога. Иными словами, блог представляет собой *личный* Интернет-дневник, который рассчитан на *массовую* аудиторию [2].

Кр. Седеке обращает внимание на наличие иллюстраций и фотографий в блоге, которые служат определенным контекстом и помогают читателям понять, что имел в виду автор блога [4].

В ходе развития данного интернет-жанра появился новый вид дискурса - интернет-дискурс, который согласно ряду авторов содержит черты как вербального, так и невербального общения, а также черты устной и письменной речи [3].

Исследование синтаксических характеристик интернет-дискурса проводилось методом сплошной выборки из 14 текстовых фэшн-блогов и 12 фэшн-видеоблогов.

Для организации дискурса текста в основном характерно использование сложных предложений, только 13 примеров представлены простыми предложениями, в большинстве случаев такие предложения являются вопросительными:

1. *How are you all anyway?*

В состав сложных предложений входит 4 вида придаточных: *attributive relative limiting particularizing clause*, *attributive relative limiting classifying clause*, *adverbial clause of time*, *object clause* и *adverbial clause of condition*:

2. *Then there's this bardot style maxi dress from River Island that's perfect for the beach bar no matter what the hour (is) and it's not a beach holiday without embracing the flat shoe life.*

3. *From styles that mimic loafers, to traditional wedges, this might be my favorite style of-the-moment.*

4. *I'd love to know if you've added any yellow to your wardrobe this season yet and if you haven't, when you'll be embracing the sunshine colour of the year!*

5. *I'd take a few snaps, some vignettes if you will, to show you where we're at.*

В первых четырех примерах в придаточных предложениях читателю сообщается дополнительная информация, а в последнем примере с помощью придаточного предложения оставляется выбор для читателя, что способствует созданию более вежливой формы общения.

В некоторых случаях зафиксировано опущение подлежащего при втором сказуемом, представленного отличной от первого сказуемого временной формой, что может означать стремление блогера приблизить передачу своих эмоций в письменной речи к быстроте и экспрессивности устной речи. Эллипсис подлежащего, как правило, не характерен для нормативной грамматики английского языка. Например,

6. *I'm personally **obsessed with** French, Korean brand, Erborian and **have been using** their CC and BB creams regularly.*

Кроме того, используется прямой порядок слов в вопросительных предложениях, что характерно для свободно-разговорного стиля речи, но не для письменной речи. Например,

7. *Not liking what you see?*

Для синтаксической организации дискурса речи характерно наличие условных придаточных предложений, *adverbial clause of condition*. Например,

8. *If you try something from a brand and **it didn't quite work out** that one time **it might work out** later.*

В данном случае блогер использует условное предложение смешанного типа с целью убедить зрителя в маловероятности того, что вещь не подойдет и не будет сочетаться с другими предметами одежды.

В некоторых примерах отмечается прямой порядок слов при построении вопросительного предложения. Например,

9. *That sounds interesting?*

Реципиент понимает, что задан вопрос, только благодаря интонации.

Отмечается употребление конструкции *let's* для приглашения к совместному действию в побудительных предложениях. Например,

10. *So **let's** get started.*

Таким образом, организация текстовых фэшн-блогов и фэшн-видеоблогов на синтаксическом уровне имеет как сходства, так и различия. Для обоих видов фэшн-блогов характерно использование сложных предложений с условными придаточными и вопросительных предложений с прямым порядком слов. Однако в устной речи практически не используются определительные придаточные, что можно объяснить более длительной и детальной демонстрацией вещи в видеоролике.

Источники и литература

- 1) 1.Гермашева Т. М., Евсюкова Т. В. Основные подходы к определению понятий «блог» и «блогосфера» в лингвистике // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки, 2015. – Т. 1. – С. 234-239.
- 2) 2.Морганова М. Н., Чашко М. М. Лексико-стилистические особенности англоязычного блогерского дискурса (на материале авторского блога) // Известия ЮФУ, 2015. - Сер. Филологические науки. – Вып. 2. – С. 85-93.
- 3) 3.Crystal D. // Language and the Internet, 2001. Cambridge University Press. 271 p.
- 4) 4.Sedeke Kr. Top ranking fashion blogs and their role in the current fashion industry. First Monday (Chicago), 2013. – 32 p.