

Максим Сергеевич Тютеньков  
Белорусский государственный университет  
(Республика Беларусь, г. Минск)  
tyutenkovmk@gmail.com

## АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ И ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАЦИИ В ВИДЕОБЛОГОСФЕРЕ

Рассматриваются функциональные характеристики номинаций роликов, которые характеризуют отечественную видеоблогосферу на хостинге YouTube, лексико-семантическое наполнение заголовков и специфика реализации коммуникативных стратегий и тактик.

**Ключевые слова:** блогер, заголовок, рубрика, коммуникация, сетевое видео.

Традиционные способы коммуникации в медиа плавно переходят от доминантной функции информирования (линейной) к интерактивной — взаимнообмену участников (нелинейной). Это ознаменовалось приходом СМИ на разные хостинги, которые предоставляют новые технические возможности для преодоления коммуникативного барьера с адресатами и становятся площадкой для массового общения между журналистом-блогером и зрителем/читателем. Подобной формой коммуникации до этого выступали форумы (для передачи текстовых данных) и видеохостинги (для обмена визуальной информацией). Современные интернет-пользователи на протяжении последних 10 лет видеоизменили всемирную сеть, перестроив форму, поведенческие модели и нормы.

В классическом понимании такие подходы дают возможность информационным выпускам на телевидении охватить большую аудиторию в интернете. Классические типы заголовков отличаются от заголовков сетевых видео: последние оформляются в лексико-семантическом плане без дополнительных нагрузок, некоторые слова или целые фразы в них могут состоять из прописных букв, тем самым обретая форму кликбейта. Это обусловлено тем, что «в цифровых медиа с каждым годом все сильнее нарастает конкуренция между источниками новостей за внимание чи-

тателя» (Градюшко 2021: 37), происходит своеобразное «облегчение» формы заголовка.

Заголовок, или, как ещё принято употреблять другую номинацию на видеохостинге, «название», — является одним из основополагающих коммуникативных инструментов продвижения контента на платформе. Первое, на что обращает внимание массовый пользователь на видеохостинге YouTube, — это название видеоролика, которое выполняет сразу несколько функций. Во-первых, дистрибутивную — облегчает поиск нужной информации; во-вторых, сигнификативную — раскрывает содержание контента; в-третьих, фатическую (контактоустанавливающую) — привлекает внимание аудитории.

С точки зрения внутренней структуры заголовочный компонент видеоконтента характеризуется трехуровневой коммуникативной моделью, базирующейся на локуции, иллокуции и перлокуции. Данные аспекты представляются в тесном единстве: при создании заголовка (речевое действие — локуция) реализуется цель (коммуникативная установка — иллокуция), которая определяется блогером для достижения результата и воздействия на целевую аудиторию (коммуникативный эффект — перлокуция).

Прагматическим элементом коммуникации может служить директивная интенция. Она определяется стремлением блогера оказать на адресата воздействие. Информация в названии видео должна быть не только содержательно-рационалистической, но также эмоционально-побуждающей и вовлекающей, которая, в свою очередь, представляется как целостный базовый коннотативный аспект — оценочности, образности, эмоциональности.

В медийном контенте блогосферы заголовочный комплекс должен содержать 5–7 слов с левым распространением, наиболее важные слова размещают в начале названия к сетевому видео и чаще всего их отделяют невербальными знаками от второстепенной части, например, «:», «-», «|». Хотя при этом необходимо учитывать классические требования к организации медиатекста: «максимальная длина фраз, нежелательность левосторонних конструкций в предложении (избыточные описательные или объектные характеристики сказуемого), активное использова-

ние контактоустанавливающих средств, избегание отлагательных существительных и т.д.» (Иўчанкаў 2009: 92).

Целостное предложение членится на две части. Первая часть чаще всего называет проблему, место, действие, а вторая — содержит конкретизацию названного.

Такие тенденции характерны для журналиста-блогера телеканала «Беларусь-1» Ксении Лебедевой, которая более известна на видеохостинге как «Ксения Лебедева Live»: *Итоги переговоров: украинский цугцванг?*; *All inclusive по-курдски: как делают бизнес на своих*. К таким же формам подачи материала прибегает и журналист-блогер телеканала ОНТ Игорь Тур в авторской рубрике «Будет дополнено»: *Стрельба в Казани: возможно ли было предупредить такое зверство?*; *Инфовойна: почему Украина распространяет фейки*. Однако уже в другой рубрике («Главный. Тур»), которая транслируется телеканалом исключительно на видеохостинге, форма подачи названий иная: здесь наблюдаются кликбейтные заголовки, для которых характерны все прописные буквы в словах в первой части, и используется разграничительный знак «|» между остальными частями: *ПОЛИТИКА В СПОРТЕ | Война отменяется? | Правила бизнеса; ЛУКАШЕНКО И СОЛОВЬЁВ | Омикрон | Белорусы на Олимпиаде*. В отличие от первого примера, где две части могут выступать цельным предложением, второй — указывает на дробление всего выпуска на составляющие: одна главная рубрика в блоге и несколько второстепенных.

В названиях к сетевым видео наблюдается ряд особенностей: первая часть начинается с имени существительного, вторая — им заканчивается; чаще всего первая часть состоит из словосочетания с использованием пространственных предлогов; во второй части наблюдаются чаще всего вопросительные предложения, через которые происходит контакт с аудиторией.

Указанные тенденции в формировании заголовков в блогосфере в наибольшей степени демонстрируют кардинальные перемены, происходящие в медиасфере на данном этапе. Немаловажным является и то, что выставляются новые стандарты построения названий к выпускам новостей в телеэфире и на видеохостинге. Такие смены парадигм обусловлены дигитализационными про-

цессами, общественно-политической повесткой дня, трансмедийностью и другими экстралингвистическими факторами.

#### Л и т е р а т у р а

Градюшко А. А. Приемы создания кликбейт-заголовков в цифровой журналистике // Весці БДПУ. 2020. № 3. С. 37–40.

Ўчанкаў В. І. Медыярыторыка: рытарычныя асновы журналістыкі, лінгвістыка публіцыстычнага тэксту, дыскурсны аналіз СМІ: курс лекцый. Мінск, 2009.

M. Tyutenkov

Belarusian State University (Republic of Belarus, Minsk)

#### AXIOLOGICAL AND PRAGMATIC ASPECTS OF COMMUNICATION IN THE VIDEOBLAGUE SPHERE

The functional characteristics of the nominations of videos that characterize the domestic video blogosphere on YouTube hosting, the lexico-semantic content of the headlines and the specifics of the implementation of communicative strategies and tactics are considered.

**Keywords:** blogger, title, rubric, communication, network video.

Надежда Владимировна Хохлина

Мурманский арктический государственный университет

khokhlina.nv@mail.ru

#### ДИНАМИКА ИЗМЕНЕНИЯ ЗВУКОВОГО ОБЛИКА РЕЧИ ТЕЛЕВЕДУЩИХ

В работе проводится сравнительный анализ речи телеведущего времён Советского Союза и современного телеведущего.