

УДК 379.8

DOI 10.23951/2307-6127-2018-2-113-124

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОДРОСТКОВЫХ ВИДЕОБЛОГОВ: ФУНКЦИОНАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫЙ АНАЛИЗ СОДЕРЖАНИЯ И РЕЧЕВОЙ КУЛЬТУРЫ

А. А. Азбель, Л. С. Илюшин, С. В. Манухина

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург

Анализируются особенности речевого поведения русскоговорящих подростков-блогеров и проблематика наиболее популярных подростковых видеоблогов. Предложено развернутое определение понятия «видеоблог», дана оценка особенностей устной речи видеоблогеров 14–17 лет и ее соответствия нормам современного русского литературного языка. Авторы прогнозируют рост числа подростковых видеоблогов социокультурной и образовательной проблематики. Социокультурный феномен подросткового видеоблогинга в сочетании с продолжающимся ростом популярности рэп-культуры выводит такие качества личности, как харизма, управление вниманием аудитории, способность понятно формулировать свою позицию, навыки в области риторики и самопрезентации, в число наиболее востребованных в подростковой аудитории. Происходит быстрая и, скорее всего, необратимая коммерциализация сферы подросткового видеоблогинга. Подростковая блогосфера опережает школу в уровне мотивации к использованию навыков устной речи. При этом, учитывая огромную аудиторию зрителей подростковых видеоблогов, можно прогнозировать дальнейшее ухудшение качества устной и письменной речи выпускников школ, а именно речевые и стилистические ошибки, а также использование обсценной лексики.

Ключевые слова: *видеоблог, подростковый видеоблог, дискурс-анализ подростковых видеоблогов, русский язык в Интернете, устная речь подростков.*

Выполненное исследование изначально проектировалось с учетом нескольких актуальных вызовов академического и прикладного плана.

Во-первых, авторы исходили из наличия в современном интернет-коммуникативном пространстве феномена подростковой устной речи, существующего прежде всего в формате видеоблога. Являясь репрезентативной с точки зрения научного анализа практикой, устная речь подростков в Интернете тем не менее не стала пока объектом системного изучения. При этом обозначенный феномен содержит в себе целый ряд парадоксов, которые достойны такого изучения. Парадоксальным, в частности, является выбор тем для видеоблогов, распределение зрительского внимания по отношению к подросткам-блогерам, развитие качества устной речи участников блогосферы и многое другое.

Во-вторых, актуальной исследовательской задачей является создание инструмента оценки качества устной речи подростков в Интернете. Этот инструмент должен сочетать в себе, с одной стороны, традиционные критерии, применяемые к устной речи, а с другой стороны, практики наблюдения за речевым поведением подростков-блогеров в Сети.

Наконец, в-третьих, исследовательского осмысления заслуживает очевидный рост популярности подростковых видеоблогов и появление юных блогеров, имеющих более чем миллионные аудитории зрителей (слушателей).

На сегодняшний день именно подростки 12–17 лет, школьники являются самыми активными пользователями Интернета. За период с июля по декабрь 2016 г. среднесуточное время пребывания в Интернете возрастной группы 12–17 лет составило 147 мин, что является максимальным значением среди пользователей 12–64 лет (среднесуточное времяпровождение в Интернете – 137 мин).

По данным консалтингового агентства ООО «Полилог» [1], проводившего исследование в области видеоблогинга, основной аудиторией на интернет-платформе YouTube являются подростки 13–17 лет, а также молодежь 18–24 лет. Анализ показывает, что у подростков имеется сразу несколько целей вести свой видеоблог: социализация, самоутверждение, приобретение популярности, заработок.

На момент начала исследования было обнаружено относительно небольшое количество научных работ в сфере образования и филологии на тему видеоблогинга: Н. М. Евстафьева [2, с. 25–30] рассматривает видеоблог как коммуникативную площадку для изучения речи молодежи Шотландии. Н. А. Ануфриева [3, с. 8–11] выделяет видеоблог как источник заимствования англоязычной лексики. Исследований в области языковых норм в блогосфере крайне мало, и во многом это связано с тем, что видеоблогинг – еще не устоявшееся понятие в отечественной и зарубежной науке.

Большинство встретившихся работ посвящено изучению видеоблогинга в области рекламы, связей с общественностью, маркетинга, журналистики: J. R. Young [4, с. 87], J. Lim [5, с. 300–321], М. Kaminsky [6, с. 37], А. Е. Боровенков [7, с. 17–23], Е. А. Игнатенко [8, с. 90], Е. В. Лазуткина [9, с. 72], Е. С. Сипко [10, с. 20–25], И. Я. Филиппова [11], И. Н. Шамаев [12]. Категории видеоблогинга, видеоблога и видеоблогера рассматриваются в этих работах в контексте проблемы нового информационного и коммуникативного ресурса для клиента. Дополняя эту линию рассмотрения видеоблогинга, следует подчеркнуть, что на сегодняшний день видеоблог приравнивается к СМИ, если информация на сайте общедоступна, и обращение к ней составляет более 3 тыс. пользовательских запросов в течение суток (ФЗ № 97-ФЗ от 05.05.2014 «Об информации, информационных технологиях...»).

В работах вышеупомянутых исследователей не обнаружено четкого и полного определения видеоблогинга. В связи с этим авторы предлагают собственное рабочее определение этого феномена: видеоблогинг – это регулярное размещение в социальных сетях и иных интернет-источниках информации, потенциально интересной широкому кругу пользователей Интернета, в видеоформате. Следует уточнить, что особенность видеоблога заключается в регулярности загрузки авторских видеоматериалов для общего доступа. Сам процесс создания видеоблога включает: дизайн содержательного плана блога, написание текстов, съемку видеосюжетов, видеомонтаж, хронологически системную загрузку роликов на страницу в социальных сетях.

Видеоблог как коммуникативный формат микровысказывания привлекает внимание современных подростков. Видеоблог становится для школьников регулярной практикой использования их естественной, свободной устной речи. По сути, видеоблогеры не несут ответственности за качество размещаемых материалов в публичном доступе, так как в правилах хостинга обычно говорится о запрете пропаганды насилия, терроризма, обнаженных сцен, оскорблений и т. д., но правила не регламентируют использование норм речевой культуры. С. М. Евграфова [13], изучающая естественную речь молодежи, отмечает, что переход от естественной речи к литературной не является автоматическим, а требует корректировки. Автор указывает на то, что литературный язык человека проявляется через ряд признаков: богатство лексики; отсутствие элементов жаргона, просторечий; соблюдение языковых

норм. Граница между естественной и литературной речью не является незыблемой и определяется уровнем языковой рефлексии автора высказывания.

Главной особенностью видеоблогинга является возможность самовыражения, самоутверждения, социализации, приобретения популярности автором (создателем) видеоблога. Об этом пишут в своих работах такие исследователи психологии и сетевого поведения подростков, как К. Н. Поливанова, Д. О. Королева [14], А. М. Manago [15]. Дополнительно популярность формата видеоблога среди подростков возрастает за счет того, что видеоблог может стать для его автора источником быстрого заработка.

Основной объект эмпирического анализа в настоящем исследовании – подростковый видеоблог. Под ним понимается блог, интернет-журнал, в котором ведущий – подросток (девушка или юноша от 14 до 17 лет) регулярно публикует короткие видеоролики.

Поиск подростковых видеоблогов осуществляли путем опроса коллег-педагогов, филологов, психологов, сотрудников рекламных агентств и сферы медиапроизводства, а также самих подростков от 14 лет и старше. Основные ссылки на каналы подростковых видеоблогов получили через размещение объявления в социальных сетях «ВКонтакте» и Instagram.

Самостоятельный поиск в сети YouTube осуществляли по запросам «Что лежит у меня в сумке» (популярная тема видеороликов подростков), в Google-поиске – «Видеоблогеры 14–17 лет», «Видеоблогеры дети», «Видеоблогеры подростки», «Популярные видеоблогеры дети». Поиск подростковых блогов (аккаунтов) в приложении Instagram осуществлялся по меткам (хештегам): #блогер, #видеоблогер, #школа, #перемена. Наибольший результат был получен благодаря метке #школа – 35 % от общего объема выборки.

Таким образом, для анализа были отобраны 47 подростковых видеоблогов: 23 видеоблога в приложении Instagram, 24 видеоблога на платформе YouTube. В табл. 1 приведены ссылки на каналы популярных видеоблогеров-подростков, которые упоминаются в статье как кейсы при анализе результатов.

Таблица 1

Русскоязычные подростки-видеоблогеры (ведут блоги с 15 лет), задействованные в исследовании, 2016–2017 гг., популярные кейсы

Имя (псевдоним) блогера	Количество подписчиков/просмотров
Марьяна Ро	4 907 252 подписчика, 395 182 212 просмотров
Катя Адушкина	1 041 224 подписчика, 124 237 766 просмотров
Саша Спилберг	4 799 389 подписчиков, 709 123 843 просмотра
Ян Гординко	2 млн подписчиков, 246 291 833 просмотра
Just Snake	1 291 914 подписчиков, 212 674 301 просмотр
Женя Лайк	122 049 подписчиков, 3 571 418 просмотров
Дима Минко/Мозайчик	314 подписчиков, 13 581 просмотр
Егор Декстер	820 147 подписчиков, 64 112 552 просмотра
Hal Ver	1 380 433 подписчика, 120 792 366 просмотров
Саша Кэт	1 114 659 подписчиков, более 40 тыс. просмотров
Tasha Tale	203 230 подписчиков, 70 тыс. просмотров
Слава Мирошников	35 подписчиков, 1 008 просмотров
Just Stey	59 подписчиков, 10 149 просмотров
Супер Саша	6 537 подписчиков, 375 883 просмотра
Banana Kris/Кристина Кошечкина	254 956 подписчиков, 22 201 248 просмотров

При исследовании подростковых видеоблогов использовали такой метод наблюдения, как целенаправленное, организованное, фиксируемое восприятие устной речи подростков.

На эмпирическое исследование – просмотр и фиксированное наблюдение – было затрачено более 120 ч, в среднем по 2,5 ч на один канал.

Анализ содержания и культуры речи российских подростковых видеоблогов проводился на платформах YouTube и в мобильном приложении Instagram. В центре внимания находились структурно-семиотические аспекты устной речи, социокультурные и социально-психологические контексты современной реальности, получившие отражение в подростковой блогосфере. Оценивались особенности устной речи видеоблогеров 14–17 лет и ее соответствие нормам современного русского литературного языка. Объектом анализа также была коммуникативная культура высказываний русскоговорящих подростков.

Для выявления соответствия нормам русского литературного языка и оценки коммуникативных качеств речи подростков использовался метод наблюдения, опирались на критерии речевых норм современного русского литературного языка (табл. 2), сформулированных в работе Н. С. Валгиной, Д. Э. Розенталя, М. И. Фоминой [16].

Таблица 2

Характеристика несоответствий нормам русского литературного языка

Критерий и показатели речевых норм русского литературного языка	Доля блогеров, не соблюдающих нормы устной речи, % (n = 46)
Орфоэпические – правила произношения	100
Лексические – правила применения и сочетания слов в речи	96
Словообразовательные – точность образования слов из морфем	22
Морфологические – использование грамматических форм слов различных частей речи	9
Синтаксические – грамотное сложение синтаксических конструкций	13

Подростки-блогеры допускают нарушения в произношении: стяжение безударных гласных, их значительная редукция, что является не литературным, а диалектным произношением. У русскоговорящих блогеров-подростков часто проявляются фонетические особенности южнорусского произношения (в 22 % случаев): характерное аканье, замена [г] на фрикативный [γ] и выпадение фонем [ь], [ъ]. У подростков, ведущих свои видеоблоги, часто встречаются нарочитые орфоэпические ошибки в словах «что» – [ч`о], «сейчас» – [щ`ас], «вообще-то» – [въщ`эть], «ничего» – [нич`о], «досмотрели» – [дъсмър`эли], «когда» – [къда], «будет» – [буът].

Морфологические нормы нарушены у 9 % видеоблогеров. В двух случаях встречается систематическое склонение слова «кофе» в допустимой норме среднего рода. 13 % видеоблогеров нарушают синтаксические нормы, позволяют себе неуместную перестановку слов в предложениях. Почти у всех подростков (95 %) нарушены лексические нормы, что проявляется в использовании сниженной лексики (95 %), обценной лексики (35 %), в хе-зетации: слова-паразиты, паузы, нелексические вставные звуки и т. д. (83 %).

У блогеров-летсплейщиков (комментаторов компьютерных игр) наблюдается самый высокий уровень эмоционального использования языка с применением междометий и сниженной лексики. Словообразовательные нормы нарушены у 22 % блогеров-подростков. Речевые ошибки присутствуют в употреблении слов «убираться», «извиняюсь», «оттуда» вместо «оттуда» или, например, использование глагола «пересажаем» в значении «посадить в тюрьму».

Оценка коммуникативных качеств речи подростков (табл. 3) осуществлялась на основе критериев оценки качества устной речи, сформулированных Л. А. Введенской [17].

Таблица 3

Оценка коммуникативных качеств речи подростков-видеоблогеров

Критерии и показатели коммуникативных качеств речи	Доля блогеров, не соблюдающих нормы коммуникативных качеств речи, % (n = 46)
Точность речи – ясное высказывание мысли	100
Понятность речи – доступность речи для тех, кому она адресована (употребление общепонятных слов, отсутствие жаргонизмов, диалектизмов, молодежного сленга)	0
Логичность речи – построение высказывания в логике: тезис – рассуждение – аргумент – вывод	96
Чистота речи – богатство и разнообразие речи, отсутствие слов-паразитов и ненормативной лексики	
сниженная лексика	96
междометия, не несущие смысловой нагрузки	35
обценная лексика	35
слова-паразиты	83
лексические повторы	26
Наличие приветствия и прощания	87
Выразительность речи: техника речи – четкость дикции, равномерность дыхания, темп речи	
дикция – четкость произношения звуков	65
естественное, ровное дыхание	100
средний темп речи	70

Анализ точности высказываний подростков не выявил заметных проблем. Сложнее обстоит дело с оценкой речи подростков-видеоблогеров по критерию «понятность». Это иногда было затруднительно, так как 100 % видеоблогеров прибегают к молодежному сленгу, зачастую глубоко укорененному в специфических субкультурах подросткового возраста.

В отношении коммуникативной культуры высказываний русскоговорящих подростков как проявления функционирования устного русского языка в сети Интернет были определены следующие условия, которым должен соответствовать подростковый видеоблог для того, чтобы в отношении него можно было проводить дискурс-анализ:

- видеоролики подростка-блогера на платформе YouTube и Instagram можно отнести (классифицировать) к одному-двум типам (табл. 5, 6);
- канал видеоблогера оформлен в едином, индивидуальном стиле;
- у видеоблогера есть адресат (целевая аудитория), с которым он здоровается и прощается;
- «обложка» видео соответствует содержанию видеоролика;
- наличие видеомонтажа, вставок из фильмов или иных видео- и музыкальных продуктов, фотовставки, а также добавление при монтаже «текстов новой природы» (в трактовке Е. И. Казаковой [18] и А. И. Журбы [19]);
- соблюдение эстетики кадра: наличие реквизита, художественного фона и т. п., раскрывающего смысл высказывания.

Стиль речи определяется не только сферой общения, но и выбором языковых единиц, а также тематикой и содержанием высказывания. В табл. 4 можно увидеть стилистический профиль подросткового блогинга за период 2016–2017 гг.

Таблица 4

Стили речи русскоязычных подростков-блогеров

Разновидность функциональных стилей устной речи	Доля от общего числа исследовательской выборки, %
Научный	0
Официально-деловой	0
Публицистический (имеется неполное соответствие)	13
Художественный	0
Разговорный	96

В актуальных подростковых видеоблогах преобладает разговорный стиль речи. Публицистический стиль речи проявляется очень редко – в информационно-аналитических или обзорно-новостных роликах. При этом у подростков он характеризуется наличием сниженной лексики, поэтому чаще такой стиль речи относили к разговорному. В то же время блоги подростков, заявляющих анализ «профессиональных» тем: музыкальных шоу, обзоров и конкурсов (Катя Адушкина и Саша Спилберг) – можно объективно отнести к публицистическому стилю.

В исследовании при определении тематики блогов в тесной связи со стилистикой речи выступало их содержание. Авторы опирались на критерии, обозначенные в исследованиях И. А. Текутьевой [20] и материалах агентства «Полилог» [1].

Тематика блогов у разных авторов не выглядит единой, но в целом отражает всю совокупность функций интернет-высказываний подростков. В табл. 5 и 6 представлены данные по самым популярным подросткам-блогерам в Рунете на 2016–2017 гг.

Таблица 5

Темы подростковых видеоблогов

Тема видеоблога	Доля тем от общего числа блогов в выборке, %
Образовательные	10
Информационно-аналитические/обзорно-новостные	17
Бытовые	100
Путешествия (влоги)	35
Музыкальные	13
Рекламные	100

Образовательный видеоблог – 10 %. Videоблоггер предлагает новые знания интеллектуального, научного, научно-популярного характера, основанные на собственном материале или пересказе научных идей. Видеоролики в образовательном жанре появились у блогера Саши Спилберг лишь после 18 лет, поэтому можно считать, что в данной выборке у подростков 14–17 лет видеоролики образовательного типа отсутствуют.

Информационно-аналитический/обзорно-новостной – 17 %. Рассуждение о популярных общественных проблемах. Информационно-аналитические темы представлены в нескольких видеороликах, но не как «авторская колонка», а как единичные, нетипичные видеовключения. Например, блогеры 14–17 лет осуждают поведение или высказывание другого блогера, поднимают проблему жестокого обращения с животными. Videоблоггеры представляют информационный обзор, приводят аргументы и подтвержденные данные из медиаресурсов, пытаются прийти к согласованному выводу и этической оценке. Сниженная лексика не позволяет отнести подобные блоги к обзорно-новостной тематике, поскольку они не соответствуют нормам публицистического стиля речи.

Бытовые темы присутствуют у 100 % блогеров. Это видеоролики с рассказами о себе; раскрытие «хитростей», позволяющих справиться с проблемами быта: приготовление еды, уборка квартиры и прочие видео, связанные с повседневной тематикой. Анализируя подростковую интернет-среду, можно обозначить эту тему как основную.

Тема путешествий представлена у 35 % блогеров. Авторы – преимущественно девушки из семей с достатком выше среднего рассказывают о своих туристических поездках и отдыхе.

Музыкальная тематика присутствует у 13 % блогеров. Это не полноценные музыкальные обзоры, а видеоблоги с музыкальными клипами, в которых снимаются сами блогеры. Саша Спилберг долгое время была ведущей музыкального шоу *Kinder Song King*, а Ян Гордиенко в большей части своих видеороликов танцует.

Рекламные авторские вставки и сюжеты есть у 100 % блогеров. Каждый блогер занимается саморекламой, побуждая зрителей продолжать смотреть следующие выпуски и вовлекать в просмотр новую аудиторию. В начале или конце видеоролика блогер обычно высказывает напоминание или просьбу продолжать смотреть его канал, призывает новых зрителей подписаться на его канал и поставить лайк (положительную отметку). Делается это для того, чтобы популяризировать канал и выйти на следующий уровень популярности в среде YouTube. Важно отметить, что каждый новый уровень позволяет блогеру использовать более широкий набор функций, например участие в конкурсах, обучающие курсы для авторов, общение с другими блогерами, поддержка в офисе Google, пользование специальным оборудованием, студиями для записи видео. Также YouTube располагает системой монетизации видеороликов при вступлении блогера в партнерскую программу. Монетизация осуществляется при размещении рекламы в роликах, если ролик имеет более 10 тыс. просмотров.

Для классификации разновидностей блогов И. А. Текутьева [20] использует транслитерацию сленговой версии англоязычных названий видеоблогов. Развивая ее методику, авторы проанализировали содержание видеоблогов и предложили русскоязычный вариант названия (он указан до косой черты).

Таблица 6

Разновидности видеоблогов подростков 14–17 лет

Разновидность видеоблога	Доля от числа блогов в выборке, %
Лайфстайл/повседневный	87
Челлендж/эксперимент	83
Пранк/розыгрыш	26
Летсплей/запись онлайн-игр	22
Диалог/ответы на вопросы подписчиков	65
Анбоксинг/распаковка посылок и поедание сладостей	26
Троллинг подписчиков/подначка и передразнивание подписчиков	13
Бьюти-блог/о красоте и уходе за лицом и телом	22
Обзор вирусных видео	0

При изучении процесса становления и развития каждого блогера и осуществлении дискурс-анализа видеоканалов выявила ряд тенденций в росте популярности подросткового блога как социокультурного и образовательного феномена. Факторами роста популярности подростков-видеоблогеров сегодня становятся коррекция дикции и произношения, оформление видеоблога в едином стиле, качественный монтаж, свет, звук и съемка. Росту популярности блогера также способствуют наличие индивидуального приветствия и прощания, увеличение количества и сохранение регулярности выпусков роликов, а также наличие

обратной связи с подписчиками. Сильное влияние на рост количества просмотров оказывает наличие в блоге табуированных или частично табуированных в обществе тем (пример – блог Марьяны Ро, являющейся самым популярным блогером подросткового возраста среди девушек) и наличие в видеороликах обсценной лексики. При этом обсценная лексика может не присутствовать в прямой речи подростков, но существовать в формате текстов новой природы: фотомонтаж, звуковые вставки или дополнительный реквизит. Наблюдения также показывают, что на рост популярности влияет темп речи – блогеры с темпом речи выше среднего явно популярнее среди подростков, что позволяет предположить некоторую схожесть в восприятии ими вербальных проявлений блогосферы и рэп-культуры.

Таким образом, подростковый видеоблогинг является многоаспектным феноменом современной социокультурной реальности. В самом его возникновении и развитии очевидна значимость коммуникативного мотива современного поколения подростков, реализуемого средствами не существовавших ранее технологий. Дискурс подросткового видеоблогинга напрямую связан с процессом развития гражданского общества в том смысле, что этот процесс однозначно включает в себя самореализацию молодого поколения в условиях свободных публичных оценочных суждений. Значительный потенциал подросткового видеоблогинга как экзистенциального ресурса целой социальной страты реализуется в широком спектре содержательных направлений и жанров, что отражает общий тренд современной массовой коммуникации.

Пожалуй, впервые в новейшей истории информационных процессов подростковая культура коммуникации может обозначаться без приставки «суб-» в том смысле, что подростковый видеоблогинг является не замкнутым форматом, а открыто и ясно позиционирован как часть общей блогосферы. Вырастая, видеоблогеры-подростки «забирают» свою, также вырастающую аудиторию во взрослый мир мобильной видеокоммуникации. Учитывая многочисленный (несколько миллионов) и достаточно однородный по возрасту состав сегодняшней аудитории блогеров-подростков, можно прогнозировать существенные изменения в сетевой общественной коммуникации в ближайшие несколько лет. Эти изменения будут выражаться в следующем:

- современная школа в лице педагогов и администрации не готова к взаимодействию с активно развивающейся практикой подросткового блогинга. Педагогическая позиция большинства взрослых будет все более сводиться в основном к эмоциональной критике содержания и формы подачи информации подростками, исключая при этом заинтересованный анализ явления и поиск способов взаимодействия;
- доля подростковых видеоблогов социокультурной и образовательной проблематики имеет устойчивую тенденцию к росту;
- число национальных блогеров, входящих в когорту сверхпопулярных, изменится незначительно, но предшествующий ей слой блогеров-стотысячников существенно расширится.

Происходит быстрая и, скорее всего, необратимая коммерциализация сферы подросткового видеоблогинга. Это проявляется не только в развитии очевидных рекламных составляющих содержания блогов, но и более глубоко – во влиянии основных операторов рынка интернет-коммуникации (поисковых систем, социальных сетей, электронных изданий) на тематику и даже стилистику подростковых видеоблогов.

Социокультурный феномен подросткового видеоблогинга в сочетании с продолжающимся ростом популярности рэп-культуры выводит такие качества личности, как харизма, управление вниманием аудитории, способность понятно формулировать свою позицию,

навыки в области риторики и самопрезентации в число наиболее востребованных в подростковой аудитории.

Очевидное развитие подросткового видеоблогинга следует рассматривать как потенциальный ресурс продвижения образовательных проектов, особенно в сфере эдьютейнмента.

Качество устной речи подростков-видеоблогеров в целом ниже того уровня, который определен как современный литературный русский язык. При этом в школьной практике существует дефицит форм, способов и ресурсов развития устной речи детей и подростков. Иными словами, подростковая блогосфера не имеет в лице школы полноценного конкурента в развитии навыков устной речи. Учитывая огромную аудиторию зрителей подростковых видеоблогов, можно прогнозировать дальнейшее ухудшение качества устной и письменной речи выпускников школ по ряду аспектов: речевые и стилистические ошибки, использование обценной лексики и др.

Список литературы

1. Российский видеоблогинг 2015. Роль и значение в коммуникациях в цифровой среде/Агентство «Полилог». 2015. URL: <http://www.polylog.ru/a/pdf/2015-06-09-vlogging-analysis.pdf> (дата обращения: 21.10.2016).
2. Евстафьева Н. М. Фоностилистические переменные в речи молодежи г. Глазго (на материале реализации согласных в видеоблогах) // Вестн. Пермского ун-та. Российская и зарубежная филология. 2015. № 3 (31). С. 39–45.
3. Ануфриева Н. А. Видеоблогинг как источник заимствованной лексики в современном русском языке // Обучение русскому языку и литературе: формы, методы, инновации: сборник материалов III Всероссийской научно-методической конференции. 2016. С. 8–11.
4. Young J. R. An anthropologist explores the culture of video blogging // Chronicle of Higher Education. 2007. V. 53, № 36.
5. Lim J. B. Y. Video blogging and youth activism in Malaysia // International Communication Gazette. 2013. V. 75, № 3. P. 300–321.
6. Kaminsky M. S. Naked Lens: Video Blogging & Video Journaling to Reclaim the YOU in YouTube™. Organik Media, Inc., 2010. 224 p.
7. Боровенков А. Е. Видеоблогинг: сетевые коммуникации и коммуникативные позиции // Человек. Культура. Образование. 2016. № 1. С. 17–23.
8. Игнатенко Е. А. Видеоблогинг как средство реализации творческого потенциала личности // Cultural almanac: Issue 1. Modernization of Modern. 2015. С. 90–94.
9. Лазуткина Е. В. Проблемно-объектный комплекс регулирования новостной информации в блогосфере Рунета. Астрахань: Волга, 2011. 164 с.
10. Сипко Е. С. Популярность влогов в информационном пространстве России // Ученые записки Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского. Филологические науки. Т. 2 (68), № 4, 2017. С. 22–28.
11. Филиппова И. Я. Видео как инструмент современного учителя физики // Видеонаука: сетевой журн. 2016. № 1 (1). URL: <https://videonauka.ru/stati/29-pedagogicheskie-nauki/41-video-kak-instrument-sovremennogo-uchitelya-fiziki> (дата обращения: 26.02.2017).
12. Шамаев И. Н. Классификация блогов рунета // Вестн. ВолГУ. 2013. Вып. 11. С. 120–127.
13. Евграфова С. М. Феномен естественной письменной речи и его влияние на языковую систему // Антропоцентризм в языке и речи. 2014. С. 248–260.
14. Поливанова К. Н., Королева Д. О. Социальные сети как новая практика развития городских подростков // Вестн. Российского гуманитарного научного фонда. 2016. № 1 (82). С. 173–183.
15. Manago A. M. et al. Self-presentation and gender on MySpace // Journal of Applied Developmental Psychology. 2008. V. 29, № 6. С. 446–458.
16. Валгина Н. С., Розенталь Д. Э., Фомина М. И. Современный русский язык: учебник // под ред. Н.С. Валгиной. 6-е изд., перераб. и доп. М.: Логос, 2002. 528 с.
17. Русский язык и культура речи: учебное пособие для вузов/Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова, Е. Ю. Катаева. 12-е изд. Ростов н/Д: Феникс, 2005. 544 с.
18. Казакова Е. И. Тексты новой природы: закономерности и технологии развития современной грамотности в условиях качественной модернизации современного текста // На путях к новой школе. 2014. № 1. С. 8–9.

19. Журба А. И. Тексты новой природы в средствах массовой информации // Тексты новой природы в образовательном пространстве современной школы. 2016. С. 59–62.
20. Текутьева И. А. Жанрово-тематическая классификация видеоблогинга // Медиасреда. 2016. № 11. С. 107–113.

Азбель Анастасия Анатольевна, кандидат пс. наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный университет (Университетская набережная, 7–9, Санкт-Петербург, Россия, 199034).
E-mail: a.azbel@spbu.ru

Илюшин Леонид Сергеевич, д. п. н., профессор, Санкт-Петербургский государственный университет (Университетская набережная, 7–9, Санкт-Петербург, Россия, 199034).
E-mail: СПбГУ. l.ilushin@spbu.ru

Манухина Софья Владимировна, магистр, Санкт-Петербургский государственный университет (Университетская набережная, 7–9, Санкт-Петербург, Россия, 199034).
E-mail: sofia_m_v@mail.ru

Материал поступил в редакцию 18.01.2018.

DOI 10.23951/2307-6127-2018-2-113-124

RESEARCH OF TEENAGE VIDEO BLOGS: FUNCTIONAL AND COMMUNICATIVE ANALYSIS OF CONTENTS AND SPEECH CULTURE

A. A. Azbel', L. S. Ilyushin, S. V. Manukhina

Saint-Petersburg State University, Saint Petersburg, Russian Federation

The article analyzes the features of speech behavior of Russian-speaking teenagers-bloggers and the problems of the most popular adolescent video blogs. The authors offer a detailed definition of the concept of video blogging and formulate the characteristics of an adolescent video blog. The study provides a detailed assessment of the 14–17 years old videobloggers' oral speech and the level of its compliance with the norms of the modern Russian literary language. Also the authors assess the level of communicative culture of Russian-speaking adolescents, analyze the style and subject of statements as a demonstration of the functioning of the Russian language on the Internet. The results of the research allow the authors to draw conclusions about the characteristics of modern adolescent video blogging and the trends in the development of this phenomenon. In particular, they note the connection between the development of adolescent video blogging and the general state of civil society and predict the transience of a significant part of the audience of adolescents in an active adult audience in the near future. The authors predict an increase in the number of adolescent videoblogs of socio-cultural and educational issues. The socio-cultural phenomenon of adolescent videoblogging, combined with the continuing growth in the popularity of rap culture, brings out personal qualities such as charisma, management of the attention of the audience, the ability to clearly formulate one's position, skills in the field of rhetoric and self-presentation among the most sought-after in a teenage audience. There is a fast and, most likely, irreversible commercialization of the sphere of teenage video blogging. The adolescent blogosphere outpaces the school in the level of motivation to use oral communication skills. At the same time, given the huge audience of adolescent videoblog viewers, we can predict a further deterioration in the quality of oral and written speech of graduates on a number of aspects: verbal and stylistic errors as well as the use of obscene vocabulary.

Key words: *videoblog, videoblogging, adolescent videoblog, discourse analysis of adolescent videoblogs, Russian language on the Internet, adolescent speech.*

References

1. Rossiyskiy videoblogging 2015. Rol' i znachenie v kommunikatsiyakh v tsifrovoy srede [Russian video blogging of 2015. A role and value in communications in the digital area] (in Russian). URL: <http://www.polylog.ru/a/pdf/2015-06-09-vlogging-analysis.pdf> (accessed 21 October 2016).
2. Evstafyeva N. M. Fonostilicheskiye peremennye v rechi molodezhi g. Glazgo (na materiale realizatsii soglasnykh v videoblogakh) [Phonostylistic variables in the speech of youth of Glasgow (on material of realization of concordants in video blogs)]. *Vestnik Permskogo universiteta. Rossiyskaya i zarubezhnaya filologiya – The Bulletin of the Perm university. Russian and Foreign Philology*, 2015, no. 3 (31), pp. 39–45 (in Russian).
3. Anufriyeva N. A. Videoblogging kak istochnik zaimstvovannoy leksiki v sovremennom russkom yazyke [Video blogging as a source of the borrowed lexicon in modern Russian]. *Obucheniye russkomu yazyku i literature: formy, metody, innovatsii: sbornik materialov III Vserossiyskoy nauchno-metodicheskoy konferentsii* [Training in Russian and literature: forms, methods, innovations collection of materials III of the All-Russian scientific and methodical conference]. 2016. Pp. 8–11 (in Russian).
4. Young J. R. An anthropologist explores the culture of video blogging. *Chronicle of Higher Education*, 2007, vol. 53, no. 36.
5. Lim J. B. Y. Video blogging and youth activism in Malaysia. *International Communication Gazette*, 2013, vol. 75, no. 3, pp. 300–321.
6. Kaminsky M. S. *Naked Lens: Video Blogging & Video Journaling to Reclaim the YOU in YouTube™*. Organik Media, Inc., 2010. 224 p.
7. Borovenkov A. E. Videoblogging: setevyye kommunikatsii i kommunikativnyye pozitsii [Video blogging: network communications and communicative positions]. *Chelovek. Kul'tura. Obrazovaniye – Human. Culture. Education*, 2016, no. 1, pp. 17–23 (in Russian).
8. Ignatenko E. A. Videoblogging kak sredstvo realizatsii tvorcheskogo potentsiala lichnosti [Video blogging as implementer of creative potential of the personality]. *Cultural almanac: Issue 1. Modernization of Modern*, 2015. Pp. 90–94 (in Russian).
9. Lazutkina E. V. *Problemno-ob'yektnyy kompleks regulirovaniya novostnoy informatsii v blogosfere Runeta* [A problem and object complex of regulation of news information in a blogosphere of RuNet]. Astrakhan, Volga Publ., 2011. 164 p. (in Russian).
10. Sipko E. S. Populyarnost' vlogov v informatsionnom prostranstve Rossii [Popularity of vlog in information space of Russia]. *Uchenyye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Filologicheskiye nauki – Scientific Notes of V. I. Vernadsky Crimean Federal University. Philological Sciences*, 2017, vol. 2 (68), no. 4, pp. 22–28 (in Russian).
11. Filippova I. Ya. Video kak instrument sovremennogo uchitelya fiziki [Video as tool of the modern teacher of physics]. *Videonauka*, 2016, no. 1 (1) (in Russian). URL: <https://videonauka.ru/stati/29-pedagogicheskie-nauki/41-video-kak-instrument-sovremennogo-uchitelya-fiziki> (accessed 26 February 2017).
12. Shamayev I. N. Klassifikatsiya blogov runeta [Classification of blogs of RuNet]. *Vestnik VolGU – Science Journal of Volgograd State University*, 2013, no. 11, pp. 120–127 (in Russian).
13. Evgrafova S. M. Fenomen estestvennoy pis'mennoy rechi i yego vliyaniye na yazykovuyu sistemu [A phenomenon of a natural written language and his influence on language system]. *Antropotsentrizm v yazyke i rechi* [Anthropocentrism in language and the speech]. 2014. Pp. 248–260 (in Russian).
14. Polivanova K. N., Queen D. O. Sotsial'nyye seti kak novaya praktika razvitiya gorodskikh podrostkov [Social networks as a new practice of urban adolescent development]. *Vestnik Rossiyskogo gumanitarnogo nauchnogo fonda – Bulletin of the Russian Humanitarian Scientific Fund*, 2016, no. 1 (82), pp. 173–183 (in Russian).
15. Manago A. M. et al. Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 2008, vol. 29, no. 6, pp. 446–458.
16. Valgina N. S., Rosental' D. E., Fomina M. I. *Sovremennyy russkiy yazyk: uchebnyk*. 6-e izd., pererab. i dop. [Modern Russian: textbook. Under N. S. Valgina's edition. 6th edition, revised and enlarged]. Moscow, Logos Publ., 2002. 528 p. (in Russian).
17. Vvedenskaya L. A., Pavlova L. G., Katayeva E. Yu. *Russkiy yazyk i kul'tura rechi: uchebnoye posobiye dlya vuzov* [Russian and standard of speech: manual for higher education institutions]. Rostov-on-Don, Feniks Publ., 2005. 544 p. (in Russian).
18. Kazakova E. I. *Teksty novoy prirody: zakonomernosti i tekhnologii razvitiya sovremennoy gramotnosti v usloviyakh kachestvennoy modernizatsii sovremennogo teksta* [Texts of the new nature: regularities and technologies of development of modern literacy in the conditions of high-quality modernization of the modern text]. *Na putyakh k novoy shkole*, 2014, no. 1, pp. 8–9 (in Russian).

19. Zhurba A. I. Teksty novoy prirody v sredstvakh massovoy informatsii [Texts of the new nature in mass media]. *Teksty novoy prirody v obrazovatel'nom prostranstve sovremennoy shkoly* [Texts of the new nature in educational space of modern school]. 2016. Pp. 59–62 (in Russian).
20. Tekutyeva I. A. Zhanrovo-tematicheskaya klassifikatsiya videobloginga [Genre and thematic classification of video blogging]. *Mediasreda*, 2016, pp. 107–113 (in Russian).

Azbel' A. A., Saint-Petersburg State University (Universitetskaya naberezhnaya, 7-9, Saint Petersburg, Russian Federation, 199034).
E-mail: a.azbel@spbu.ru

Ilyushin L. S., Saint-Petersburg State University (Universitetskaya naberezhnaya, 7-9, Saint Petersburg, Russian Federation, 199034).
E-mail: l.ilushin@spbu.ru

Manukhina S. V., Saint-Petersburg State University (Universitetskaya naberezhnaya, 7-9, Saint Petersburg, Russian Federation, 199034).
E-mail: sofia_m_v@mail.ru