

БЛОГЕРСКІ ПАДСТЫЛЬ ПУБЛІЦЫСТЫЧНАГА СТЫЛЮ Ў СУЧАСНАЙ БЕЛАРУСКАЙ ЛІТАРАТУРНАЙ МОВЕ

Балашчанка К.Р.

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт інфарматыкі і радыёэлектронікі
г. Мінск, Рэспубліка Беларусь*

Албут А.А. – старшы выкладчык

Абрунтавана мэтазгоднасць вылучэння ў межах сучаснага публіцыстычнага стылю новага блогерскага падстылю, які на ўзроўні моўных сродкаў актыўна ўзаемадзейнічае з рознымі стылямі мовы, перадусім з гутарковым.

Функцыянальны стыль – разнавіднасць мовы, якая абслугоўвае пэўную сферу чалавечай дзейнасці: навуку, мастацтва, палітыку, дзелавыя і паўсядзённыя (бытавыя) зносіны. Функцыянальныя стылі характарызуюцца: формай (вусная, пісьмовая, дыялагічная, маналагічная), мэтай (паведамленне, просьба, загад) умовамі зносін (узрост, характар узаемаадносін суб'ектаў). Стылі маюць спецыфіку і ў лінгвістычных адносінах: у адборы і выкарыстанні лексікі, марфалагічных і сінтаксічных сродкаў. Вылучаюць наступныя стылі: афіцыйна-справавы, навуковы, публіцыстычны, мастацкі (стыль мастацкай літаратуры), канфесійны, гутарковы. Любы стыль рэалізуецца ў сукупнасці вызначаных тыпаў тэкстаў, якія называюць жанрамі: Напрыклад:

- у публіцыстычным стылі гэта хроніка, рэпартаж, інтэрв'ю, нарыс, фельетон, артыкул, дэбаты, тэлемаст, лозунг, прамы эфір і г.д.;

- у навуковым – манаграфія, даклад, рэферат, тэзісы, вучэбны дапаможнік, падручнік і г.д.;

- у афіцыйна-справавым – даверанасць, заява, характарыстыка, акт, дагавор і г.д.

Стылі знаходзяцца ў цесным узаемадзеянні і валодаюць узаемапрапанікальнасцю.

Больш падрабязна разгледзім публіцыстычны стыль. Публіцыстычны стыль — гэта функцыянальная разнавіднасць маўлення, якая выкарыстоўваецца ў сферы грамадскіх зносін: грамадска-палітычных, культурных, спартыўных і інш. Публіцыстычнаму стылю ўласцівы дзве асноўныя функцыі: інфармацыйная (перадача грамадскай інфармацыі) і экспрэсіўная (уздзеянне на свядомасць людзей). Гэтыя функцыі ўзаемазвязаныя, неаддзельныя адна ад другой. Таму публіцыстычным стылем карыстаюцца тады, калі неабходна не толькі перадаць пэўную інфармацыю, але і адначасова аказаць уздзеянне на адрасата, пераканаць яго ў чым-небудзь, выклікаць цікавасць да канкрэтных ідэй, поглядаў, захаваць да пэўных дзеянняў і ўчынкаў. Тыповымі рысамі публіцыстычнага стылю з'яўляюцца эмацыянальнасць, ацэнчанасць, вобразнасць, пабуджальнасць.

Асноўныя рысы публіцыстычнага стылю выяўляюцца з дапамогай розных моўных сродкаў: грамадска-палітычная лексіка і фразеалогія (грамадзянін, канстытуцыя, суверэнітэт, дэпутат, дэмакратыя, грамадства; парламенцкія выбары і інш.); словы, якія набываюць прымету публіцыстычнасці толькі пры ўжыванні ў пераносным значэнні (школа выжывання, атмасфера даверу і інш.); стылёва афарбаваныя словы са станоўчай і адмоўнай ацэнкай (*працаўнік, перадавік, міласэрнасць, дабрабыт, ударнік; экстрэміст, расіст, ваяж* і інш.). У публіцыстычных творах могуць ужывацца дыялектызмы, жарганізмы, метафары, эпітэты, параўнанні. Публіцыстычны стыль адлюстроўваецца ў мове грамадска-публіцыстычнай літаратуры, сродках масавай інфармацыі, сходах, мітынгах. Задача публіцыстычнага стылю – паведамляць грамадскую інфармацыю, уздзеянчаць на свядомасць і эмоцыі мас, фарміраваць грамадскую думку [1-2].

Блогерскі падстыль з'яўляецца адмысловай разнавіднасцю публіцыстычнага стылю, які выкарыстоўваецца ў блоках і сацыяльных медыя. Асноўнымі прынцыпамі блогерскага стылю з'яўляюцца:

- Свабода выказвання. Блогер можа выказваць сваё меркаванне ў любой форме і на любую тэму;

- Асабіютаць. Блогерскі стыль часта звязаны з асабіютым жыццём і досведам блогера;
- Адсутнасць афіцыйнасці. Блогерскі стыль не мае строгіх правілаў і формаў, што дазваляе выкарыстоўваць нестандартныя сродкі выразнасці;
- Аптымізацыя для пошукавых сістэм. Блогеры часта выкарыстоўваюць спецыяльныя тэхнікі для павышэння папулярнасці сваіх блогаў у пошукавых сістэмах.

Хто такі блогер і чым ён займаецца? Блогерам - называюць інтэрнэт карыстальніка, які дадае інфармацыю ў інтэрнэт: фота, парады, тэксты, відэа і многае іншае. У міжнароднай класіфікацыі прафесія блогер «англ. Blogger» адсутнічае, але, тым не менш, ужо больш за 15 гадоў гэты від дзейнасці вельмі папулярны. Блогеры адрозніваюцца крэатыўнасцю і здольнасцю ярка выяўляць свае думкі. Напрыклад, гэта могуць быць відэаролікі пра сябе і сваё жыццё, пра палітыку, пра вандроўкі, пра тэставанне новых тавараў, пра аўтамабілі, пра макіяж. Любы анлайн дзённік ацэньваецца тым, наколькі ён цікавы, колькі актыўных падпісчыкаў ёсць. Блогеры становяцца сапраўднымі зоркамі, ладзяць сустрэчы з фанатамі. На сённяшні дзень афіцыйнай класіфікацыі ці тыпалагізацыі відэаблогаў не існуе. Некаторыя спецыялісты ўмоўна падзяляюць відэаблогі толькі па функцыянальнай накіраванасці: інфармацыйнае відэа; навучалае відэа; забаўляльнае відэа.

Жанравая класіфікацыя відэаблогаў:

- Лад жыцця (англ.: Lifestyle) — жанр, у якім відэаблогер здымае сваё жыццё на камеру і публікуе ў інтэрнэт. Яркія прадстаўнікі жанру: Каця Клэп, Рома Жолудзеў, ірына Ваймер, Сяргей Сіманаў.
- Лэтсплэй (англ.: Let's Play — «Давай гуляць») — каментаванне падчас гульні. Аўтар, гуляючы ў кампутарную ці відэагульню, адначасна каментуе працэс гульні. Яркія прадстаўнікі жанру: ілля Мэдзіюан, Стрымерша Карына
- Б'юці-блог (англ.: Beauty Blog — «Блог аб прыгажосці») — здымка відэа, у якім відэаблогер распавядае або навучае дзяўчат правільнаму догляду за знешнасцю. Яркія прадстаўнікі жанру: Maria Way, Соня Есьман, Алена Крыгіна.
- Скетчшоў (англ.: Sketch Show — «Паказ замалёвак») — здымка камедыійных скетчаў. У адрозненне ад тэлевізійных, у відэаблогіну скетчы могуць быць рознай якасці здымкі і хронаметражу. Яркія прадстаўнікі жанру: Эльдар Брадвей, Юрый Хаванскі, ірына Гарбачова, Юлік.
- Навучальнае відэа (лайф-хак, б'юці відэа)
- Влог (Відэаблог (скарочана ўлог [англ. vlog, ад video blog або video log]) – форма блога, у якім сродкам перадачы інфармацыі з'яўляецца відэа)
- Шоу
- Дыялог
- Гайд - гэта кіраўніцтва, якое дапамагае разабрацца ў вызначанай тэме, вырашыць задачу ці праблему
- Чэлэндж –(жанр інтэрнэт-ролікаў, у якіх блогер выконвае заданне на відэакамеру і размяшчае яго ў сетцы, а затым прапануе паўтарыць.
- Топ (англ.: top верх) — злепванне відэа- і/ці фотаслайдаў на пэўную ці розную тэматыку. Уяўляе сабой спіс найбольш папулярных фактаў (з 5, 10 ці 20 фактаў). У відэаблогіну топ могуць складаць як на аснове галасавання гледачоў, так і на аснове меркавання аўтара. Яркія прадстаўнікі жанру: Топ 5 Дай 5, Топ Факт.
- Агляд – агляд навін, фільмаў, гульняў і г. д. Часцей за ўсё ўяўляе сабой каментаванне блогерамі навін ці навінак у індустрыі кіно, гульняў і т. д. У відэаблогіну агляд часцей за ўсё з'яўляецца кароткім і павярхоўным: па большай частцы складаецца з меркавання аўтара і яго крытычных заўваг. Яркія прадстаўнікі жанру: Дзмітрый Пучкоў, VadComedian, Руслан Усачоў.
- Стрым (англ. Stream - «Паток») - зносіны ў рэжыме прамой трансляцыі. У відэаблогіну часцей за ўсё стрымы праводзяцца падчас гульні з дапамогай Twitch і YouTube Live. Яркія прадстаўнікі жанру: Немагія, ілля Мэдзіюан, Стрымерша Карына.
- Пранк (англ.: Prank — «Свавольства») — розыгрыш. Пад пранкам маюцца на ўвазе розыгрышы людзей на вуліцы, тэлефонныя розыгрышы, апытанні, сацыяльныя эксперыменты.
- Рэаліці-шоу (англ. Reality Show) — серыял на аснове псеўдарэальнага жыцця.
- Выклік - выкананне заданняў ад падпісчыкаў.
- Вэб-серыял — мастацкі серыял. У відэаблогіну папулярныя серыялы ад першай асобы.
- Параўнанне - параўнанне двух прадметаў або падзей. Пры параўнанні аўтарам звычайна вырабляецца кароткі экскурс у гісторыю прадмета ці падзеі і адзначаюцца добрыя якасці і недахопы.
- Хейтынг (англ.: Hating — «Нянавісць») — крытыка відэаблогераў. У гэтым жанры відэаблогеры крытыкуюць творчасць іншых відэаблогераў.
- Навіны – агляд навін пра кіно, гульні, палітыку, іншых відэаблогераў і г.д. У адрозненне ад тэлевізійных навін, у відэаблогіну навіны здымаюцца ў фармаце агляду – «відэаблогер на фоне каляровай шырмы».
- Фітнес-блог - блог аб фітнесе. Вядзецца прафесійнымі фітнес-трэнерамі. Яркія прадстаўнікі жанру: Дзяню Семяніхін, Юрый Спасакукоцкі, Таццяна Федарышчава. Кавер-блог (англ.: Cover Blog) — перапеў арыгінальных песень.

- Эмігранцкі блог - блог аб жыцці ў розных краінах. Здымаецца блогерамі, якія пераехалі ў новую краіну нядаўна.
- Тролінг-інтэрв'ю.

Блогеры ў сацыяльных сетках дзеляцца ўмоўна на 2 віды: асабісты блог, які створаны для Вас і вашых блізкіх людзей, якім вы раскажваеце пра сваё жыццё, атрымліваючы лайкі і каментары; блог, які можа матываваць іншых людзей, чым Вы адрозніваецеся ад іншых, чаму менавіта ваш кантэнт будзе цікавы.

Сярод папулярных тэматык для блогінгу:

1. Лайфстайл. Паўсядзённае жыццё з апавяданнямі аб забаўках, модзе, кулінарыі, падарожжах, вядзенні гаспадаркі і г. д.
2. Мода і прыгажосць. Што насіць, як спалучаць адзенне, як даглядаць за скурай і валасамі, дзе займацца шопінгам і г. д.
3. Здароўе і фітнес. Парады па фізічнай актыўнасці, здароваму харчаванню, псіхалогіі і агульнаму дабрабыту.
4. Сям'я і бацькоўства. Выхаванне дзяцей, псіхалогія сямейных адносін, хатнія клопаты.
5. Падарожжа. Падарожжныя нататкі і прыгоды, культурныя назіранні, парады па арганізацыі адпачынку ў розных краінах.
6. Культура. Агляды, разборы, падзеі, тэорыя і практыка мастацтва - літаратуры, кіно, музыкі, тэатра, жывапісу.
7. Кулінарыя. Рэцэпты і працэс прыгатавання страў, парады і сакрэты, абмеркаванні прадуктаў.
8. Тэхналогіі. Агляды навінак праграмага забеспячэння, гаджэтаў, прасунутай электронікі, абмеркаванні пытанняў тэхнаэтыкі, навіны і прагнозы.
9. Геймінг. Агляды і стрымы, навучанне стратэгіям гульні і фанацкі кантэнт.
10. Палітыка і грамадства. Грамадска-палітычныя навіны і падзеі, сацыяльныя пытанні і праблемы ў аналітыцы і абмеркаваннях.
11. іншыя

Пляцоўкі, на якіх працуюць блогеры

1. Сацыяльныя сеткі.
 - Instagram - фота і кароткія відэа на лайфстайл-тэматыкі.
 - Facebook - тэксты, відэа і разгорнутыя каментары на актуальныя тэмы.
 - Укантакце - тэксты і відэа на лайфстайл-тэматыкі, прапампаваны відэасэрвію, музычны стрымінг і падкаст-платформа.
 - Twitter - кароткія актуальныя каментары: максімум 250 знакаў у пасце.
- Асобна ў гэтай катэгорыі стаіць Telegram Ads, які не сацсетка, а мэсанджар, але з магчымасцю весці публічныя каналы. Кантэнт тут пераважна тэкставы, але да пастоў можна дадаваць выявы, відэа і аўдыёфайлы любых памераў.
2. Блог-платформы.
 - WordPress - блогі і асабістыя сайты любых тэматык.
 - Дзэн - доўгія падрабязныя тэксты на розныя тэмы.
 - LiveJournal - асабістыя дзённікі і кантэнт супольнасцяў.
3. Відэаплатформы.
 - YouTube - відэа ўсіх фарматаў і тэм. Гэта самы папулярны ў свеце відэахостынг.
 - Vimeo - відэа ў 16 катэгорыях, вялікая колькасць арт-кантэнту. Гэта аналаг YouTube, але без рэкламы і з платай за захоўванне, а таксама з больш выбарчым падыходам да загрузкі відэа.
 - RuTube - відэа розных фарматаў і тэм, якія прайшлі мадэрацыю. Гэта расійскі аналаг YouTube, больш падобны на анлайн-кінатэатр з магчымасцю загрузкі карыстацкага кантэнту.
 - TikTok - кароткія відэаролікі звычайна забаўляльнага зместу.

Падзявядзём высновы:

1. Блогер – гэта чалавек, які стварае і публікуе аўтарскі кантэнт на онлайн-пляцоўцы.
 2. У яго звычайна ёсць лаяльная аўдыторыя, якая сочыць за яго дзейнасцю і давярае яму, таму ён важны гулец маркетынгавага рынку.
 3. Ён можа зарабляць грошы праз спонсарскія пагадненні, рэкламу, продаж уласных прадуктаў і паслуг, а таксама прадаваць платныя падпіскі і прымаць донейшн - гэта значыць ахвяраванні.
 4. Сярод папулярных тэматык для блогінгу: лайфстайл, мода і прыгажосць, здароўе і фітнес, сям'я і бацькоўства, падарожжы, культура, кулінарыя, тэхналогіі і гульні, палітыка і грамадства.
 5. Блогі звычайна вядуць у сацсетках, на спецыяльных платформах для размяшчэння тэкстаў, відэа, фота, подкаст.
 6. Супрацоўніцтва з блогерамі адкрывае перспектывы для бізнесу, таму што яны даюць брэндам хуткі доступ да сфарміраванай аўдыторыі, задаюць трэнды, дапамагаюць знаходзіць новыя ідэі.
- У сучасным свеце блогерскі стыль стаў важным элементам медыяландшафту. Многія людзі ўдзячны блогам за інфармацыю і разважанні на розныя тэмы. Блогерскі стыль дазваляе атрымаць доступ да інфармацыі ў незвычайным фармаце, які можа быць цікавым і зразумелым для шырокага круга чытачоў. Такім

чынам, блогерскі стыль з'яўляецца важным элементам сучаснай культуры і медыяландшафту. Я ўпэўнена, што блогерскі стыль будзе развівацца і займе важнае месца ў будучыні.

Спіс выкарыстаных крыніц:

1. Старасценка, Т.Я. *Стылістыка беларускай мовы* / Т.Я. Старасценка, В.В. Урбан, Ф.С. Шумчык. – Мінск : БДПУ, 2010. – 219 с.
2. Цікоцкі, М.Я. *Стылістыка беларускай мовы* / М.Я. Цікоцкі. – Мінск : Універсітэцкае, 1995. – 294 с.

