



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ
КАФЕДРА АНГЛИЙСКОЙ ФИЛОЛОГИИ

Лингвистические особенности англоязычного дискурса фуд-блога

**Выпускная квалификационная работа по направлению
44.03.05 Педагогическое образование
(с двумя профилями подготовки)**

**Направленность программы бакалавриата
«Английский язык. Иностранный язык»
Форма обучения очная**

Проверка на объем заимствований:
73,49% авторского текста
Работа рекомендована к защите
«22» июня 2021 г.
зав. кафедрой английской
филологии Афанасьева О.Ю.

Выполнил:
Студент группы ОФ-503/092-5-1
Девятова Ксения Алексеевна
Научный руководитель:
Доктор педагогических наук, доцент
Афанасьева Ольга Юрьевна

Челябинск
2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ИНТЕРНЕТ ДИСКУРС В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ ..	6
1.1 Основные характеристики интернет дискурса	7
1.2 Основные жанры интернет-дискурса	9
1.3 Понятие блога.....	11
1.4 Дискурс фуд-блога	15
1.4.1 Понятие фуд-блога	17
1.4.2. Структура фуд-блога.....	19
Выводы по 1 главе.....	20
ГЛАВА 2. ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФУДБЛОГА.....	22
2.1 Особенности фуд-блога на фонографическом уровне языка	22
2.2 Особенности фуд-блога на лексическом уровне языка	27
2.3 Осбенности фуд-блога на морфосинтаксическом уровне языка	31
2.4 Применение результатов исследования на уроках английского языка	34
Выводы по второй главе	40
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	42
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	44
ПРИЛОЖЕНИЕ А.	49

ВВЕДЕНИЕ

С появлением сети Интернет жизнь людей сильно изменилась, так как интернет затрагивает все сферы человеческой деятельности, также он помогает обществу и культуре развиваться, ведь обмен информацией стал происходить в разы быстрее. Интернет стал неотъемлемой частью жизни современного человека. Каждый день нас окружает огромное количество гаджетов с выходом в интернет, люди проводят все больше времени онлайн стараясь быть в тренде и не отставать от последних событий. Из-за интернета люди стали меньше читать книги, потому что в интернете информация подается сжато, с использованием картинок и видео, и, что самое главное, простым, понятным языком, которым мы пользуемся в разговорной речи.

Язык постоянно меняется, появляются новые слова, другими словами язык умеет адаптироваться к изменениям, которые происходят в обществе. Исходя из этого, язык в интернет-дискурсе значительно отличается, так как пользователи сети интернет стараются его упростить и приблизить к разговорной речи.

Актуальность данной работы состоит в необходимости исследования развития языка в новых сферах коммуникации в сети Интернет.

Новизна исследования заключается в попытке изучения одного из специфических типов Интернет-дискурса, которым является фуд-блог.

Объектом исследования является англоязычный дискурс фуд блогов в социальной сети Instagram.

Предметом исследования являются языковые средства, характерные для дискурса фуд-блогов в социальной сети Instagram.

Целью данной работы является определение лингвистических особенностей фуд-блога как отдельного типа Интернет-дискурса.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

1. Дать определение понятия «Интернет дискурс», а также рассмотреть его жанры.

2. Дать определение понятию «блог» и выявить его основные жанры.

3. Выявить лингвистические особенности фуд-блога в социальной сети Интернет.

4. Определить способы применения результатов исследования в образовательном процессе в школе.

Теоретическая база исследования представляет собой работы ведущих зарубежных и отечественных исследователей в области дискурсологии в целом, изучения Интернет дискурса и его отдельных жанров, лексикологии, грамматики, стилистики английского языка, таких как: Н. А. Ахренова, М. Байсвенгер, Е. В. Варламова, Е. Н. Галичкина, Т. ван Дейк, Е. Ч. Дахалаева, Н. В. Кочетова, Д. Кристал, А. А. Ушаков и другие.

Материал исследования – фуд-блоги, извлеченные с англоязычных сайтов Instagram в количестве 50 единиц.

Методы исследования – метод лингвистического наблюдения, процедуры лингвистического анализа, дискурс-анализ, методы сплошной и произвольной выборки, элементы метода математической обработки данных.

Теоретическая значимость исследования заключается в изучении дискурса фуд-блога с точки зрения приобретения им черт гибридного дискурса, т.е. характеристик письменной и устной речи одновременно.

Практическая значимость заключается в изучении возможности использования результатов исследования в практике преподавания иностранного языка в образовательных учреждениях.

Положения, выносимые на защиту:

1. Дискурс фуд-блога представляет собой гибридный дискурс, как результат одновременной реализации черт как письменной, так и устной речи.

2. Типичные лингвистические особенности дискурса фуд-блога наблюдаются на всех уровнях языка: фонографическом, лексическом, морфологическом, синтаксическом, а также на уровне стилистических средств.

3. Результаты исследования могут найти применение в образовательном процессе в школе при обучении английскому языку, в частности, в проектной деятельности.

Структура работы. Работа состоит из введения, двух глав, выводов по главам, заключения, приложения и список использованной литературы.

Во введении раскрывается актуальность, новизна, теоретическая и практическая значимость исследования, формулируются его объект, предмет, цели и задачи, а также положения, выносимые на защиту.

В первой главе рассматриваются понятия Интернет-дискурса, блога и его жанров. Особое внимание уделяется лингвистическим характеристикам и особенностям Интернет-дискурса и дискурса фуд-блогов

Во второй главе проводится исследование эмпирического материала, в ходе которого проанализировано 50 постов из фуд-блогов, на основании чего делаются выводы.

В заключении приводятся итоги работы и рассматриваются перспективы дальнейшего исследования.

Список использованной литературы состоит из 43 источников.

ГЛАВА 1. ИНТЕРНЕТ ДИСКУРС В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ

Сегодня более 4,54 млрд человек используют Интернет, а это больше половины населения Земли. По многочисленным данным США вошла в список топ-20 стран, активно пользующихся интернетом и заняла 3 место с более чем 4,5 млн пользователей, а это около 87% от всего населения страны.

Как нам всем известно интернет появился в США в конце октября в 1969 году, именно тогда впервые произошло подключение на расстоянии между компьютерами в Калифорнийском университете и в Стэнфордском исследовательском институте. С первого подключения прошло 50 лет и за это время интернет для человека стал неотъемлемой составляющей повседневной жизни человека, так как стали появляться различные площадки для общения, развлечений, а также множество интернет-магазинов, также различные сообщества, организации (которые затрагивают все сферы человека) стали создавать свои сайты.

На сегодняшний день роль интернета растет с геометрической прогрессией, именно поэтому многие ученые начали обращать внимание на то, как Интернет меняет жизнь человека, а также на то, как меняется сам язык. Это послужило тому, что интернет коммуникация и поведение пользователей сети, специфика их самопрезентации и особенность языка стали предметом для изучения в гуманитарных науках. Такие ученые, как М. С. Рыжиков, Е. И. Горошко, Л. Ю. Щипицина, Е. Н. Галичкина и другие работали над данной проблемой и посвятили ей свои работы. Многие из них соглашались, что особенность, которая присуща интернет-языку – это сочетания черт устной и письменной речи. Для того, чтобы объяснить данные явления были введены такие термины как «неотредактированная письменная речь», «естественная письменная речь» и «письменная разговорная речь».

1.1 Основные характеристики интернет дискурса

Перед тем как разобрать особенности интернет дискурса для начала разберем, что такое дискурс.

Большинство дисциплин связаны с понятием дискурса, например, педагогика, философия, лингвистика, психолингвистика, культурология, социология и т.д. Каждая из этих дисциплин подходит к изучению дискурса в зависимости от специфики направления предмета.

Discours (франц.) (от лат. discursus – движение, беседа, разговор) переводится как «дискурс» (реже – речь, тип речи, текст, тип текста). Считается одним из комплексных для дефиниции понятий. Является часто применимым и функционально удобным термином.

Изучая дискурс как предмет лингвистики текста, а дискурсивный анализ – как его метод, Т.М. Николаева трактует определение дискурса как «многозначный термин лингвистики текста, употребляемый рядом авторов в значениях, почти омонимичных» [23] и выделяет основные:

- 1) диалог;
- 2) устно-разговорная форма текста;
- 3) группа высказываний, связанных между собой по смыслу;
- 4) связный текст;
- 5) речевое произведение как данность, устная или письменная.

Такие лингвисты как В.Е. Чернявская, П.Ф. Компанцева, Е.С. Кубрякова и др. выводят из всего многообразия понятий дискурса основные два: «конкретное коммуникативное событие, фиксируемое в письменных текстах и устной речи, осуществляемое в определенном когнитивно и типологически обусловленном коммуникативном пространстве, совокупность тематически соотнесенных текстов» [30].

Среди подходов выделяют основные два:

1. Когда под дискурсом понимаются фрагменты действительности, обладающие временной протяженностью, логикой развертывания (сюжетом) и «представляющие собой законченное сочинение, сформированное на основе организации смыслов (законченное “произведение”, например, в виде текста) с использованием смыслового кода (словаря и т.п.)» [30].

2. Когда дискурс рассматривается как особый вид коммуникации.

Исходя из вышеперечисленного, мы можем перейти к понятию интернет-дискурса. Интернет-дискурс представляет собой процесс создания текста в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими факторами, целенаправленное социальное действие, включающее взаимодействие людей.

Как считает Е. В. Варламова, «современный интернет-дискурс – это текст, бытующий в интернет-системе, в котором персуазивная коммуникативная установка имплицитно отражает субъективно-личностную авторскую позицию, смоделированную с учетом психологических, лингвистических и технологических факторов» [6]. В языке формируется особая лексическая подсистема, которая имеет собственные языковые особенности и обладает особыми социокультурными характеристиками.

Интернет дискурсу, как виду общения, присущи следующие признаки:

- электронный сигнал как канал общения;
- виртуальность;
- дистантность, то есть разделенность в пространстве и во времени;
- опосредованность (осуществляется с помощью технического средства);
- высокая степень проницаемости;
- наличие гипертекста;

- креолизованность компьютерных текстов;
- по преимуществу статусное равноправие участников;
- комбинация различных типов дискурса;
- специфическая компьютерная этика.

По мнению А. А. Ушакова, «в Глобальной сети сформировались и продолжают развиваться самобытные коммуникативные жанры, основной языковой чертой которых является синтез письма и устной речи» [28]. «С одной стороны – текст, набранный на клавиатуре, порожденный не речевым аппаратом, заочно переданный собеседнику, что может сопровождаться также разделенностью во времени. С другой – интонация устной речи» [28].

По мнению исследователей, базовыми жанрами персонального интернет-дискурса являются блог, сетевой журнал, персональный сайт и социальная сеть, т.к. с их помощью человек реализует свои основные коммуникативные потребности – в общении и самовыражении [31].

Как отмечает Н.Б. Мечковская, в истории письменности еще не было такого массового потока натуральной речи, записанного и представленного на столь широкое обозрение [19]. Интернет-общение объединило в себе устный и письменный типы речи и создало речь интернет-дискурса.

Таким образом, под понятием «интернет-дискурс» можно понимать процесс создания текста в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими факторами, целенаправленное социальное действие, включающее взаимодействие людей и механизмы их сознания – когнитивные процессы.

1.2 Основные жанры интернет-дискурса

Существует несколько систем, которые классифицируют жанры Интернета на основе времени общения, типа темы, открытости или

закрытости сообщества, мультимедиа и возможности существования жанров за пределами Интернет-пространства. В основном включают электронные письма, форумы, блог, чат, ICQ, социальная сеть, т.к. с их помощью человек реализует свои основные коммуникативные потребности – в общении и самовыражении [3].

В настоящее время все жанры виртуального общения условно можно разделить на два типа: стандартные и нестандартные. Жанры, найденные и широко используемые в лингвистике, литературе и культуре, называются стандартными, тексты СМИ - хороший тому пример. Жанры, происхождение и существование которых невозможно представить за пределами Интернет-пространства, называются нестандартными. Для этого типа мы можем включить следующее: электронная почта, блог, чат, форум, социальная сеть. Эти жанры имеют определенные программные функции, характеристики и условия работы в среде Интернет.

Основные виды общения в сети:

1. Общение в режиме реального времени (чат):

- с одним собеседником;
- с большим количеством людей одновременно.

2. Общение, при котором сообщения к адресату приходят с отсрочкой:

- с одним собеседником;
- со многими людьми-участниками телеконференции.

Классификации видов общения в Интернете может опираться также на следующие параметры:

- открытость сообщества для всех желающих вступить в общение или закрытость его для посторонних;
- наличие или отсутствие контроля за деятельностью участников;
- ограничение вербальными текстами или мультимедийность;

Основными понятиями интернет дискурса являются [4]:

– электронная почта (e-mail) – получение и отправление сообщений любого формата по сети.

– чат – общение в сети, происходящее в реальном времени (online).

– ICQ – жанр виртуального дискурса, предполагающий общение сразу с несколькими собеседниками в реальном времени (online).

– социальная сеть – комплексное сетевое образование, включающее в себя черты форумов, сетевых сообществ.

– Интернет-блог – монологический дискурс, в котором хронологически расположены высказывания собственного мнения на различные темы, открытые для публичного просмотра или для ограниченного круга друзей.

– комьюнити, или сетевое сообщество – группа людей, использующая ники вместо имен, которая осуществляет общение при помощи сети Интернет.

Проанализировав теоретический материал, можно выделить многообразие жанров интернет-дискурса, их особенности и отличительные черты. На сегодняшний день выделяют следующие жанры интернет-дискурса: электронная почта, блог, ICQ, чат, форум, социальная сеть. С ростом числа пользователей структура жанров интернет-дискурса изменяется, что впоследствии приводит к появлению новых жанров.

1.3 Понятие блога

В этой работе мы собираемся рассмотреть понятие блога и особенности его жанра.

Как только появился блог, он означал некое подобие новостной ленты, располагающей в себе множеством ссылок других сайтов, отобранные автором. Такой «блог» называли «бортовым журналом» (англ. – log, logbook). Принято считать, что страница Тима Бернерса Ли являлась первым блогом, на этой странице он публиковал новости с 1992 года.

Но на самом деле до 17 декабря 1997 года термина для подобных страниц не существовало. Впервые слово «WebLog» употребил Йорн Баргер.

Только два года спустя, из-за игры слов, появился термин «блог». На своей странице Peterme.com Петр Мерхольц употребил словосочетание «we blog» (мы ведем блог). После этого пользователи сети начали широко использовать данное словосочетание и течением времени слово «blog» закрепилось в языке. В 2000 году произошел запуск сайта Blogger.com – бесплатный сайт для ведения блогов. И сразу же появилось слово blogger, человек, который создает/ведет блог.

Англоязычные словари дают определение «блог» как «веб-страница, созданная для информирования об определенном предмете, на которой новая информация всегда расположена в начале страницы» [35], или «биографический сетевой журнал: вид дневника на веб-сайте, который постоянно меняется с целью сообщения последних новостей. При этом страница обычно содержит чье-то личное мнение, комментарии или впечатления» [36].

В статье «Блог как интернет-жанр» Е. А. Баженова и И. А. Иванова дают следующее определение блогу: «Сайт или разновидность сайта, содержащая датированные записи текстового и мультимедийного характера с возможностью комментирования, расположенные в обратном хронологическом порядке» [5].

Похожее определение дает Е. И. Горошко, говоря о блоге как о асинхронном жанре интернет-коммуникации, предполагающем периодические заметки (посты), расположенные в обратном хронологическом порядке и позволяющие читателям оставлять свои комментарии к заметкам автора [10]. Некоторые авторы описывают блог как личный онлайн-дневник, где автор рассказывает о своей жизни.

Исходя из вышеперечисленного, мы можем дать определение блога в узком и широком смысле.

В узком смысле слова блог – личный дневник, это сайт, в котором содержатся датированные записи одного и того же автора на одну тему.

В широком смысле слова блог - это сайт или раздел сайта, который может создаваться блог-сообществом (несколькими авторами), быть посвящённым одной или нескольким темам, содержать отсылки к другим авторам и Интернет-ресурсам, а также содержать мультимедийный материал [5].

Согласно portalу Technorati, занимающемуся анализом активности интернет-пользователей, каждые 7,4 секунды в интернете появляется новый блог [54].

В 2011 году общее количество блогов оценивалось приблизительно в 173 миллиона [52]. На сегодняшний день один лишь сайт Tumblr насчитывает до 319 миллионов блогов [53]. Цифры продолжают расти, и, конечно же, такое количество блогов не могут быть однотипными.

Критериями для классификации блогов можно назвать следующие:

- авторство;
- тематика;
- наличие и вид мультимедиа.

Соответственно, можно привести следующие классификации.

1. Классификация блогов по авторству:

- личный (персональный, авторский, частный);
- коллективный (социальный);
- корпоративный.

Личный блог ведётся одним человеком, который и является владельцем блога, там автор делится моментами из своей жизни, что его волнует, рассказывает о своих переживаниях и мыслях. На данный момент это один из самых популярных видов блога.

Коллективный блог ведется группой лиц они совместно устанавливают правила и в какой форме будет подаваться информация в их блоге.

Корпоративные блоги создают сотрудниками одной компании или организации, где они продвигают свой товар или продукцию, чтобы привлечь новых клиентов.

2. Классификация блогов по тематической направленности.

Как правило, личные блоги несут личный характер, но как в личных, так и коллективных и корпоративных блогах может присутствовать определенная тематика. По тематическому критерию мы можем выделить следующие типы блогов: политический, модный, педагогический, спортивный, музыкальный, театральный и т.д.

3. Классификация блогов по наличию (или отсутствию) и виду мультимедиа:

- текстовый блог — основное содержание составляют тексты;
- фотоблог — основное содержание составляют фотографии;
- артблог — основное содержание составляют рисунки автора блога;
- музыкальный блог — основное содержание составляет музыка;
- подкаст и блогкастинг — основное содержание данного вида блога надиктовывается и выкладывается в виде MP3-файлов;
- видеоблог — основное содержание представлено в виде видеофайлов.
- спортивный блог — основное содержание составляют фото и видео спортивных мероприятий;
- цитатный блог — блог, основным контентом которого являются цитаты из других блогов;
- тамблелог , тамбллог, тлог — почти то же самое, что и обычный блог, с одним отличием: запись в блоге может быть только определённого формата. Например, цитата, видео, ссылка, песня, разговор и т. д.).

Тамблелог — скорее не система типа дневника, а черновик или записная книжка.

– сплог — сайт в виде блога созданный для продвижения других сайтов, с помощью ссылок и рекламы.

В данном подпункте, была изучена история появления блога, также приведена классификация по основным жанрам, тематике блога и для каких целей создавался блог.

1.4 Дискурс фуд-блога

Еда тесно связана с культурой и образом жизни, и во все времена она была одной из центральных тем человеческого взаимодействия. Недаром К. Фишер заявляет, что изменения в рецептах «неразрывно связаны с историей человека и предполагаемым прогрессом» [39]. Люди не только пишут о еде в рецептах, письмах и заметках, но и обсуждают еду на семейных встречах, в ходе медицинских дискуссий, в специальных передачах на ТВ, радио и в Интернете. Этот акцент на еде как теме дискурса влияет на использование нами языка. Как отмечает Р. Лакофф, «кухня во многом повлияла на наш язык, как на наш словарный запас, так и на то, как мы строим дискурс вокруг еды» [40]. Поскольку онлайн-СМИ и каналы коммуникации все чаще используются на повседневной основе, неудивительно, что эта популярная тема для разговоров также стала популярной в онлайн-среде. Некоторые типы пищевого дискурса эволюционировали и адаптировались к изменяющейся социокультурной среде, в то время как другие остаются довольно стабильными даже в онлайн-среде.

Традиционный печатный так называемый пищевой дискурс рассматривался с точки зрения структуры и языка рецептов как таковых, и многие исследователи изучали контекстные и социолингвистические вариации рецептов. Так, Т. Бекс утверждает, что конкретная аудитория

отражается в жанровых вариациях, поскольку рецепты адаптированы к предполагаемой аудитории [43].

Существует множество вариаций внутри жанра рецептов, которые можно отнести к индивидуальному стилю и предпочтениям авторов. Тем не менее, есть некоторые особенности, которые встречаются в большинстве современных рецептов и поэтому могут считаться «типичными».

Рецепты обычно имеют двоякую структуру, начиная со списка ингредиентов, за которым следуют пошаговые инструкции по приготовлению пищи в хронологическом порядке. Другие компоненты рецепта, такие как указание на необходимые инструменты или дополнительные советы, являются необязательными и, следовательно, могут быть изменены [32].

Кроме того, неотъемлемой частью рецептов являются предполагаемые кулинарные навыки и знание языка, связанного с кулинарией. Эти предпосылки усложняют понимание для людей, которые не знакомы с кулинарией, и, следовательно, могут столкнуться с проблемами при изучении инструкции, также могут возникнуть сложности с пониманием лексики, которая используется в этом жанре [32].

Таким образом, можно сделать вывод, что многие ученые проводили исследования о контекстных и социолингвистических вариациях рецептов. Были приведены особенности печатных рецептов (список ингредиентов, пошаговая инструкция, советы и т.д.). Также из-за языка, связанного с кулинарией содержание рецептов часто характеризуется сложными инструкциями, а также оценочным содержанием, таким как личное мнение и комментарии к образу жизни.

1.4.1 Понятие фуд-блога

Переход от напечатанного к онлайн фуд-дискурсу был сравнительно плавным. С развитием как компьютерного оборудования (например, более быстрое подключение или более мощные процессоры), так и программного обеспечения (например, платформ и приложений, обеспечивающих легкую интеграцию мультимедиа, повышения доступности контента и совместного использования контента), а также с развитием Интернета и той роли, которую он играет в глобализированном обществе, наблюдается рост мультимодальных элементов в онлайн-дискурсе о еде.

Мы понимаем мультимодальность как «смесь способов», которая, хотя и присутствует почти во всех коммуникациях, за последние десятилетия заметно выросла [35]. Г. Кресс рассматривает опосредованные компьютером лингвистические режимы, такие как изображения, видеоинструкции и ссылки на другие сайты, как «частичные средства придания значения» [34]. Следовательно, онлайн-рецепты отличаются от печатной в основном большей интеграцией мультимодальных функций, как можно увидеть в разделе BBC Food Recipes, показанном на Рисунок 1, с включением видео, изображений, ссылок и т.д.



Рисунок 1 – Главная страница фуд-блога BBC Food Recipes

Фуд-блоги – это письменные асинхронные онлайн-форумы, посвященные приготовлению и оценке еды в контексте образа жизни. Асинхронность в этом контексте означает, что общение происходит не одновременно, а последовательно, так что реакции на сообщения в блогах происходят с задержкой по времени [42]. Как отмечают С. Димер и М. Фробениус, фуд-блоги объединяют элементы печатных рецептов, дневниковые тексты и специфические веб-функции, такие как гиперссылки (например, на другие блоги), окна поиска, теги, онлайн-комментарии и реклама [41], как показано на Рисунке 2 где показана главная страница Pastry Affair.



Рисунок 2 – Главная страница фуд-блога Pastry Affair

В данном подпункте было дано определение фуд-блога. Также были рассмотрены основные особенности фуд-блога в Интернете, было выявлено, что онлайн рецепты отличаются от печатных присутствием видео, фото, ссылок и комментариев.

1.4.2. Структура фуд-блога

Типичный фуд-блог составлен в вертикальном формате, при этом название блога, часто как часть изображения заголовка или логотипа, отображается вверху страницы (см. рисунок 3).

Центральное окно часто содержит текст блогера, связанный с едой, который может быть объединен с изображениями или гиперссылками. Рецепты обычно отображаются ниже. Внизу страницы мы часто находим теги (индексные элементы, облегчающие поиск определенных рецептов) и комментарии читателей.

Структура раздела комментариев не ограничена: самые новые записи появляются вверху списка, а старые перемещаются вниз с каждым новым добавлением. Комментарии иногда рассматриваются в основном тексте, что может вызвать дальнейшие комментарии, создавая асинхронный диалог между блогером и читателями, хотя задержка ответа может фактически варьироваться от нескольких секунд до гораздо более длительных периодов времени.

Оставшаяся страница может содержать больше изображений, рекламных объявлений, а также ссылок на заархивированные сообщения и другие блоги о еде. На рисунке 3 показан типичный макет фуд-блога.

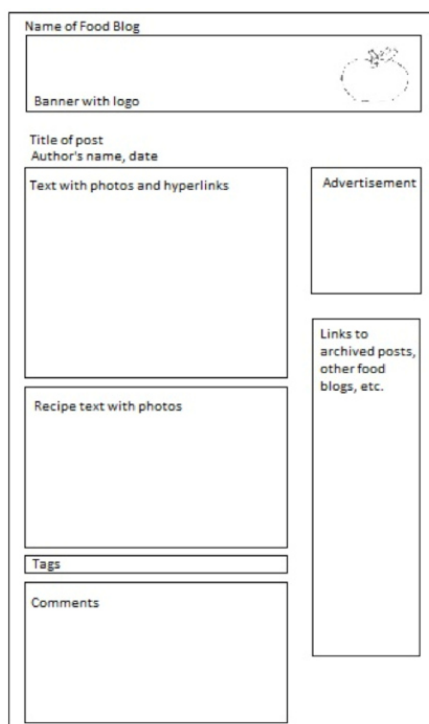


Рисунок 3 – Макет фуд-блога

В данном подпункте была описана структура блога, из каких основных элементов он состоит, а также был приведен макет блога. Также было выяснено, что мультимодальность в фуд-блогах проявляется через изображения, ссылки и иногда видеоконтент.

Выводы по 1 главе

В данной было дано понятие «дискурса» и различные подходы исследователей к определению дискурса. Дискурс понимается как законченное “произведение”, например, в виде текста с использованием смыслового кода (словаря и т.п.) и он рассматривается как особый вид коммуникации. В качестве рабочего нами было выбрано определение дискурса, данное В.Е. Чернявской и в большей степени соответствующее целям нашего исследования: определение лингвистических особенностей фуд-блога как отдельного типа Интернет-дискурса

Была также дана дефиниция Интернет-дискурс как текст, бытующий в интернет-системе, который отражает субъективно-личностную

авторскую позицию, и рассмотрены основные жанры Интернет-дискурса. На данный момент их можно разделить на два типа: стандартные (тексты СМИ) и нестандартные (электронная почта, блог, чат, форум, социальная сеть).

Особое внимание было уделено изучению истории появления блога и приведена классификацию блогов по различным основаниям: жанрам, тематике, авторству, по наличию или отсутствию мультимедиа.

Была дана дефиниция фуд-блога и подробно рассмотрена его структура, в которую включаются заголовок, логотип, текст, теги, комментарии и мультимодальность (изображения ссылки, видеоконтент).

ГЛАВА 2. ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФУДБЛОГА

В нашем исследовании, для анализа фуд-блога, мы решили выбрать платформу “Instagram”, так как в Instagram можно найти большое количество блогов на самые разные темы. Им пользуются люди со всего мира, от подростков до людей в возрасте, разного рода деятельности и т.д. Здесь люди делятся своим опытом, обсуждают увлечения, обмениваются знаниями, идеями с людьми из разных стран, именно подобное активное пользование этой социальной сетью способствовало появлению некоторых новых явлений в языке внутри блога.

Важно отметить, что ниже описанные речевые средства, используют не все блогеры. Чаще всего, подобные речевые обороты используют те блогеры, которые практически каждый день выкладывают новые записи и, которые общаются с пользователями с похожими интересами. Блогеры, которые редко добавляю новые записи и блоги, не попадают под влияние «правил языка в Instsgram» и соблюдают правила синтаксиса и грамматики.

Таким образом, отбор блогов для лингвистического анализа осуществлялся методом произвольной выборки, критерием которой было ведение блога на постоянной основе. В результате было отобрано 50 англоязычных фуд-блогов, авторы которых регулярно публикуют свои посты.

Отбор непосредственно лингвистических явлений в текстах блогов проводился методом сплошной выборки.

2.1 Особенности фуд-блога на фонографическом уровне языка

Самое большое количество особенностей дискурса фуд-блогов можно выделить на фонографическом уровне языка.

Как мы можем заметить, большинство блогеров используют большое количество эмодзи, чтобы придать тексту эмоциональную окраску.

Эмотикон, эмоджи (смайлик или смайл) – пиктограмма, изображающая эмоцию. Иными словами, это возможность на письме передать определенную эмоцию, для чего используют несколько знаков препинания или соответствующую картинку [25].

Spicy and delicious! Google Skinnytaste Peruvian Green Sauce for the recipe! 😊

Пользователь Instagram использует смайлик «😊», чтобы убедить свою аудиторию в том, что данный соус действительно вкусный.

albeit a little painful to cut into at first 😞

Здесь блогер использует плачущий смайлик, чтобы показать, что ей было жалко резать торт, который она приготовила, так как он вышел очень красивым.

Также блогеры часто используют эмотикон в шапке профиля, когда рассказывают о себе, чтобы разнообразить текст и привлечь внимание аудитории, например:

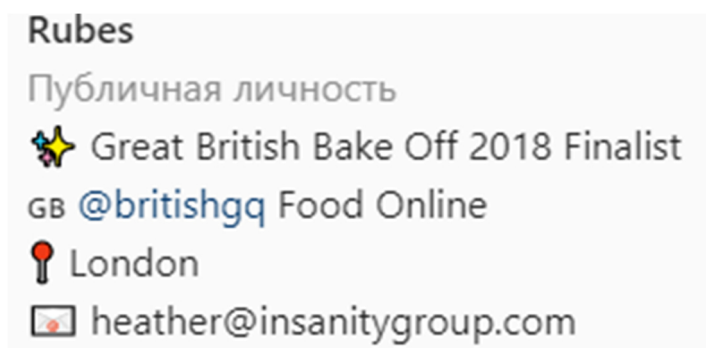


Рисунок 4 – Шапка пользователя Инстаграм

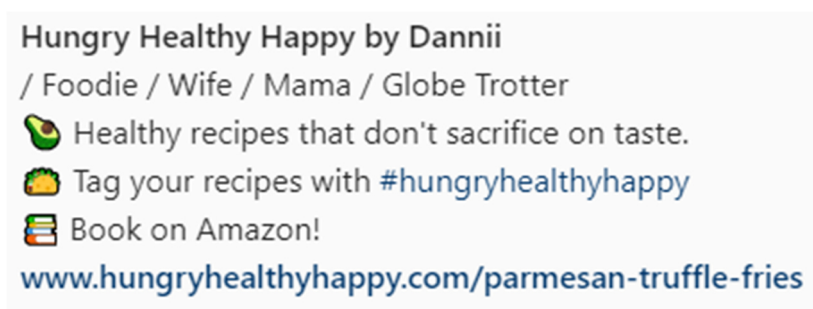


Рисунок 5 – Шапка пользователя Инстаграм

Главная специфика Instagram заключается в том, что пользователи могут добавлять видео (рисунок 6) графические изображения (рисунок 7) или рекламу. Благодаря этому элементу, автор блога может передать эмоциональную окраску текста, вызвать определенные чувства через ассоциации или же систематизировать только что полученную информацию через текст.



Рисунок 6 – Скриншот видео фуд-блога в Инстаграм



Рисунок 7 – Скриншот изображения фуд-блога в Инстаграм

Также в блогах часто используется капитализация или курсивное написание. В большинстве случаев блогеры используют данный прием, чтобы передать свое эмоциональное состояние, акцентировать внимание читателя на какой-либо важной детали, сделать логическое ударение, добавить экспрессии и т.д.

This quick and simple Air Fryer Bacon-Wrapped Pork Tenderloin is perfect for weeknight dinners and packed with so much flavor, just TWO ingredients not counting s + p!

Здесь автор заостряет внимание читателей на простоту приготовления данного блюда, в котором используется всего лишь два ингредиента.

Since you all liked my waffled crab cakes so much, I decided to make WAFFLED SALMON CAKES!

В данном примере автор использует капитализацию, чтобы привлечь внимание читателей на блюде, которое он собирается приготовить.

This super easy and light version of Shrimp Pad Thai is made with rice noodles, bean sprouts, chives, tofu, fried egg and topped with a lime wedge – YUM!

Здесь автор использует капитализацию, чтобы придать тексту эмоциональность и экспрессивность, тем более что заглавными буквами выделено междометие, выражающее удовольствие, получаемое от еды.

Также блогеры активно пользуются таким приемом, как графон (или эрратив). Графон – это умышленное искажение орфографической нормы, отражающее индивидуальные или диалектные нарушения нормы фонетической [48]. Употребление графона объясняется тенденцией к имитации разговорной речи, стремлением к экономии лексических средств и желанием выразить отношение автора к ситуации.

«(...) some food blogger: and when we finally made it home, our cheeks flushed with laughter and cold, there were warm mashed potatoes waiting for us. I will always remember their fluffiness, perfectly mirroring the light feeling I carried with me for the entire next week. This is my favourite cousin's recipe from that very day, modified slightly to not be fucking awful. Boil an potato and smush it up with fork and botter. NOT A RAW, Salt, перепр. In it».

Данный пример иллюстрирует использование графонов для достижения эффекта аутентичности. Автор намеренно нарушает орфографические нормы написания слова, чтобы показать, как он был захвачен процессом приготовления блюда. Графоны имитируют особенности произношения кузена автора и придают тексту поста разговорный, бытовой, непосредственный характер, одновременно внося элемент юмора.

Принимая во внимание тот факт, что одной из самых отличительных черт интернет-дискурса является стремление к упрощению речи и

приближению ее к разговорному стилю, неудивительно, что пользователи Instagram часто используют редуцированные формы в своих блогах.

- celeb
- whos
- delish
- gonna
- lookin’
- toppin’

В приведенных примерах встречаются слова, где происходит редуцирование буквы “g” в окончаниях “-ing”. Вместо буквы “g” может быть апостроф, либо она может быть опущена без добавления апострофа.

Таким образом, анализируя фонографический уровень языка в социальной сети Instagram, можно сделать вывод, что приемы данного уровня, а именно эмоджи, использование графических изображений или видео, капитализация, графоны, а также редуцированные формы слов, действительно очень широко используются блогерами.

2.2 Особенности фуд-блога на лексическом уровне языка

Языку в Instagram присуща обиходно-бытовая лексика, так как, во-первых, речь в Интернет-дискурсе стремится стать как можно ближе к устной речи и, во-вторых, сама тема еды является одной из бытовых тем, например: add the egg, mix together, hit some butter.

Один из самых широко распространенных слоев лексики в фуд-блогах – это сленгизмы. Сленг является эмоционально и экспрессивно окрашенной лексикой в рамках словарного запаса разговорной речи, которая подвергается частым изменениям [25].

Употребления сленгизмов очень характерно для сети Instagram вообще и для блогов в частности, потому что большая часть пользователей


данной социальной сети — это люди в возрасте от 12 до 25, которые используют их в своей устной речи при общении друг с другом.

Сленг в Интернет-дискурсе играет экспрессивную и эмоционально-оценочную функции, а также используют, чтобы сэкономить время при написании текста.

Рассмотрим эти функции на примерах.

SO delish with a squeeze of lemon and a quick lemon-caper remoulade which is totally optional.

В этом примере автор использует сленгизм *delish* (=delicious), чтобы сэкономить время, а также придать тексту эмоциональный характер. Благодаря подобной лексике текст приближается к фамильярно-разговорному стилю устной речи.

If you remember that pic of me walking Milo & me yapping on about gym Rubes then you'll remember I said I'll give you some recipes to help sprinkle a bit of health into your lives. So I'm here with not just 1 recipe but 2 

В данном тексте разговорный характер высказывания передается с помощью сленгизмов *yapping* и *sprinkle*, эмодикона, транслирующего состояние радости, сокращенных глагольных форм *will* и отсутствием знаков препинания, которые являются атрибутами письменной речи.

My first baguette :) need to practice shaping but it tastes dang good!

Благодаря сленгизму *dang* автор придает тексту разговорный стиль, также с помощью эмоджи автор вносит эмоциональную окраску.

Другие примеры использования сленга в фуд-блогах:

- Yummy in my tummy!
- Christmas Stollen! It was a delight to make and an even bigger delight to eat. :) Hope ya'll had a great Christmas!
- Messy but yummy :)

Так как мы с вами рассматриваем блоги о еде, то будет важным отметить, что большую часть лексики составляют термины, связанные с

едой, процессом готовки, кухней и кухонными приборами, например: virgin olive oil, nutritional yeast, lemon zest, tray, roast, chopped, caramelized и т.д.

В ходе исследования было замечено, что блогеры часто используют лингвостилистические приемы, чтобы добавить тексту выразительности, эмоциональности и достичь комического эффекта

Один из любимых приемов среди блогеров является гипербола. Под гиперболой понимается образное выражение, содержащее непомерное преувеличение размера, силы или значения какого-либо предмета или явления [25].

There's enough food in my fridge to feed an entire army.

В данном примере мы можем заметить использование гиперболы. Очевидно, что у автора нет столько еды в холодильнике, чтобы накормить всю армию, но он указывает на то, что у него достаточно еды в холодильнике, чтобы приготовить из подручных материалов обед на всю семью. С помощью гиперболы автор передает читателю свои эмоции и возможно, в какой-то степени, благодаря гиперболе достигается комический эффект.

I have a million dishes to cook today.

В этом примере автор использует гиперболу, чтобы привлечь внимание читателя на то, сколько блюд надо приготовить, это очевидно, что автор не будет готовить миллион блюд, но с помощью гиперболы автор хочет добавить тексту эмоциональности.

The challah from the previous post! it was heavenly tasted. :)

Здесь автор использует гиперболу, чтобы добавить высказыванию эмоциональности и показать насколько потрясающим был вкус у выпечки.

Также большое применение среди блогеров находит ирония. Антитеза – фигура речи, в основе которой лежит контрастность. Это литературный прием, в основе которого лежит противопоставление

противоположных понятий или явлений [25]. Она является излюбленным приемом пользователей Instagram в блогах разной тематики.

A food store runs out of food

Здесь автор хотел описать, как было трудно достать некоторые ингредиенты для блюда вовремя локдауна, вызванным коронавирусом. Автор использует антитезу для того, чтобы достичь комического эффекта, а также дать оценку ситуации, которая происходит на данный момент.

Еще некоторые примеры антитезы в фуд-блогах:

- A nonstick pan stuck to food
- My favourite fruit is strawberry, and I happen to be allergic to strawberries
- an obese person who orders and eats a steak sandwich with blue cheese and fries on the side and chocolate brownie mousse? orders a diet coke...

На данном уровне требуется выделить ещё один немаловажный приём – игра слов или каламбур. Каламбур – это игра слов, основанная на нарочитой или невольной двусмысленности, порождённой омонимией или сходством звучания, которые вызывают комический эффект [25]. Рассмотрим данное определение на примере.

Do you wanna taso ‘bout it?

В приведенном примере, можно заметить, что комический эффект достигается при помощи созвучности слов “taso” (мексиканское блюдо) и “talk”. Так автор обыгрывает тему его блога и одновременно заостряет внимание читателя на шутке.

А вот так автор прощается со своими читателями “Olive you so much!”. Здесь комический эффект достигается при помощи созвучности слов “olive” и “love”

Изучив лексический уровень построения языка на сайте Instagram, мы узнали, что он содержит множество лингвистических и лингвостилистических средств, в первую очередь таких, как сленгизмы. Их

употребление очень широко распространено в блогах почти всех тематик. Подробно исследовав блоги, мы выявили, что иногда блогеры используют такие стилистические приемы, как гипербола для того, чтобы придать тексту эмоциональности и достичь комического эффекта. При этом, важнейшими приемами в достижении этой цели остаются антитеза и языковая игра слов.

2.3 Особенности фуд-блога на морфосинтаксическом уровне языка

Дискурс фуд-блога характеризуется рядом особенностей на морфосинтаксическом уровне. Так, как здесь можно найти несколько интересных отличительных черт языка фуд-блога в Instagram как языка Интернет-дискурса.

Самым очевидным явлением, по нашему мнению, оказалось отсутствие сегментации предложений. Исследуя фуд-блоги в Instagram, мы заметили, что авторы часто пренебрегают знаками пунктуации и правилами их расстановки.

Склонность к неправильному использованию знаков препинания или полное их опущение, а также изложение нескольких мыслей одним предложением без разделения на части является одной из самых явных особенностей интернет-дискурса. В большинстве случаев вместо заглавных букв используются строчные. Исходя из вышеперечисленного, можно сделать вывод, что одно высказывание, которое может иметь несколько мыслей и идей, имеет форму сплошного текста с нарушениями правил его оформления.

«quick and easy salmon fried rice for one this is my go-to made with frozen brown rice and diced cauliflower I am obsessed and usually whip it up for lunch since I'm the only salmon lover in my house so good! also great for leftover salmon»

«it has a been a cold and pretty rainy day here in London and I could do with a bowl of my warming chickpea & butternut squash curry 🍲😊 so easy to make but so scrumptious and packed with flavours 🍌»

crushed roasted potatoes 🍌 so simile but so delicious 😊 it's probably one of my favourite way to cook potatoes if I have some extra time on hand. I actually make them today for lunch (swipe across) and they always hit the spot 🍌 they are actually pretty epic on their own but add some creamy quacamole for extra deliciousness 😊 recipe below 🍌

В данных примерах авторы начинали предложения с маленькой буквы, а также не ставили точку в конце предложений. Также во всех случаях мы можем наблюдать пренебрежение пунктуацией. Автор использует эти приемы для того, чтобы максимально приблизиться к устной и разговорной речи.

В данных блогах авторы начинали предложения со строчной буквы и не ставили точку в конце предложений. Также во всех случаях мы можем наблюдать пренебрежение пунктуацией. Автор использует эти приемы для того, чтобы максимально приблизиться к устной разговорной речи.

Интересную тенденцию можно заметить в последних двух примерах – отсутствие сегментация предложений с лингвистической точки зрения, так как части предложения не разделяются при помощи каких-либо знаков препинания.

Однако можно обратить внимание на то, что блогеры склонны разделять предложение при помощи эмоджи, что с лингвистической точки зрения не является правильным, но они добавляют смысловые паузы и также придают некий эмоциональный оттенок. Ввиду этого, можно сделать вывод, что в восприятии читателя эти предложения сегментированы, но с позиции грамматики и общего пунктуационного оформления это является ошибкой.

«sometimes I add loads of the sauce if I want big richness, other ones just a nice light coating also delicious with ricotta instead of the cashews lots of greens in here I defrosted frozen greens and frozen peas and the peas work really well to add extra green extra creaminess and natural sweetness to balance the darker greens»

Вышеприведенный пример ярко отражает пренебрежение знаками препинания и несегментированный характер. Кроме того, блогер опускает подлежащее, выраженное местоимением «it», используя эллипсис в целях экономии времени и усилий. Эллипсис - речевое явление, заключающееся в коммуникативно значимом опущении структурных элементов предложения [25]. Таким образом блогер имитирует устную речь на письме.

В примере «*Curried Chickpeas Jacket Sweet Potatoes 🍷 aka the dream lunch 😊 which also comes together in no time if you have pre baked your potatoes 🥑 I topped them with some mashed avocado, tahini and chilli flakes 🍷 the recipe is on the blog link in my bio 🖱️*» автор использует эмоджи вместо знаков препинания, но помимо этого разговорный стиль достигается с помощью таких сокращений, как «aka», «bio», что является маркером разговорности на лексическом уровне.

Следующее явление, мы можем наблюдать только в интернете. Благодаря развитию современных технологий и технологий поиска в сети появилось такое явление как хэштег. Хэштег — это метка, которая используется для распределения сообщений по темам в социальных сетях и блогах, помечая свои сообщения хэштегом, пользователи сети маркируют их и дают возможность другим пользователям найти тематическую информацию с помощью поиска. Он объединяет под собой изменения на фонографическом и морфосинтаксическом уровнях.

#Eating #SoCal #Tacos #Factor50 #PleaseCanASuncreamBrandSponsor Me #Ventura #California #NotBakingButStillDelish

- графический: присутствует знак решетки #;
- морфосинтаксический: отсутствуют пунктуационные знаки, слова пишутся без пробелов.

Таким образом, на морфосинтаксическом уровне выделяются основные речевые приемы для анализа: отсутствие сегментации, пренебрежение пунктуационными знаками, и использование вместо них эмоджи, а также использование хештегов.

2.4 Применение результатов исследования на уроках английского языка

В ходе исследования было принято решение об использовании результатов работы на уроках английского языка, на старшей ступени обучения.

Согласно ФГОС изучение предметных областей "Иностранные языки" должно обеспечить [29]:

- сформированность представлений о роли языка в жизни человека, общества, государства; приобщение через изучение иностранного языка к ценностям национальной и мировой культуры;
- способность свободно общаться в различных формах и на разные темы;
- свободное использование словарного запаса;
- сформированность умений написания текстов по изученной проблематике на иностранном языке, в том числе демонстрирующих творческие способности обучающихся;
- сформированность устойчивого интереса к чтению как средству познания других культур, уважительного отношения к ним;
- сформированность навыков различных видов анализа литературных произведений.

"Иностранный язык". (базовый уровень) – требования к предметным результатам освоения базового курса иностранного языка должны отражать [29]:

1) сформированность коммуникативной иноязычной компетенции, необходимой для успешной социализации и самореализации, как инструмента межкультурного общения в современном поликультурном мире;

2) владение знаниями о социокультурной специфике страны/стран изучаемого языка и умение строить свое речевое и неречевое поведение адекватно этой специфике; умение выделять общее и различное в культуре родной страны и страны/стран изучаемого языка;

3) достижение порогового уровня владения иностранным языком, позволяющего выпускникам общаться в устной и письменной формах как с носителями изучаемого иностранного языка, так и с представителями других стран, использующими данный язык как средство общения;

4) сформированность умения использовать иностранный язык как средство для получения информации из иноязычных источников в образовательных и самообразовательных целях.

А также "Иностранный язык" (углубленный уровень) – требования к предметным результатам освоения углубленного курса иностранного языка должны включать требования к результатам освоения базового курса и дополнительно отражать [29]:

1) достижение уровня владения иностранным языком, превышающего пороговый, достаточного для делового общения в рамках выбранного профиля;

2) сформированность умения перевода с иностранного языка на русский при работе с несложными текстами в русле выбранного профиля;

3) владение иностранным языком как одним из средств формирования учебно-исследовательских умений, расширения своих знаний в других предметных областях.

Исходя из вышеперечисленного, был создан комплекс упражнений целью которого является развитие иноязычной коммуникативной компетенции. За основу был взят учебник для 10 класса издательства «Просвещение» Spotlight, О. В. Афанасьева, Д. Дули, И. В. Михеева, Б. Оби, В. Эванс. Данный комплекс упражнений можно применять в 10 классе, в теме «Food & Health», которая затрагивает проблемы и вопросы о правильном питании.

Exercise 1. Match the word with its meaning.

- | | |
|-------------|--|
| 1. Delish | A. A substance added to something in small quantities to improve it. |
| 2. Tummy | B. Containing bubbles of gas |
| 3. Additive | C. Delicious |
| 4. Starving | D. suffering or dying from hunger. |
| 5. Fizzy | E. A person's stomach |

Exercise 2. Solve the rebus puzzle



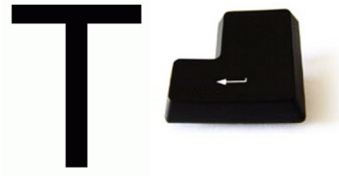
1.



2.



3.



3 = d

4.



5.

+

Exercise 3. How do you understand “Healthy Eating”? Do you know anything about “The Food Pyramid”?

Put these food groups onto the correct levels.



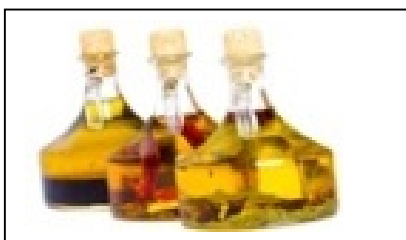
Whole Grains



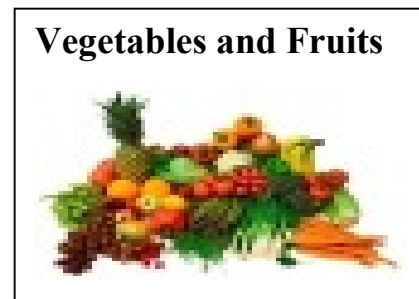
Refined Grains



Nuts, Seeds, Beans, and Tofu



Healthy Fats and Oils



Vegetables and Fruits



Exercise 4. How do you think colour of food can influence people?

Now listen to the text, check your ideas and answer the questions.

Which colour food should you eat if...

1. you have a difficult exam to study for? (orange)
2. you are feeling very nervous about meeting someone? (green)
3. you are worried about getting lines and wrinkles? (purple)
4. you've been feeling a bit sad lately? (yellow)
5. you are taking part in a championship swimming match? (red)

Exercise 5. Prepare a two-minute talk about improving eating habits using The Food Pyramid. In your speech:

- ✓ say why we should have healthy eating habits
- ✓ mention ways the levels of the pyramid can help us
- ✓ recommend the diet

Exercise 6.

A. Guess the dishes:

- 1 – dough;
 - tomato sauce;
 - cheese;
 - mushrooms;
 - ham;
 - sausage;
 - black olives.

- 2 – eggs;
- water or milk;
- pinch salt;
- pinch pepper;

B. Guess the ingredients of:

- lemonade;
- cheese soup with sausages.

Exercise 7. Who wants to be a blogger.

Critics

Fans

Spicy	Greasy /oily	Tender	Tempting
Bland	<u>Yucky</u>	Appetizing	Nutritious
Spicy	Junk food	Spongy	Flavorful
Sour	Mediocre	Yummy	Tastes great!
Tough	Sugary	<u>Dessertivore</u>	Flavorful
Raw	Rich	Mouth-watering	Wow, ... is amazing!

Vegans

Vegetarian	Veggie
Oily	Fatty
low fat	<u>Jucy</u>
Low-carb diet	Fresh
Home-cooked meal	Scrumptious

Таким образом, было доказано, что результаты исследования лингвистических особенностей фуд-блога могут применяться на уроках английского языка в старших классах, так как они способствуют развитию социокультурной и коммуникативной компетенции.

Выводы по второй главе

В данном исследовании проанализировано 50 фуд-блогов в социальной сети Instagram. В ходе анализа мы сделали вывод, что можно выделить особенности речи на трех уровнях: на фонографическом, лексическом и грамматическом, и синтаксическом.

В блогах присутствуют черты интернет-дискурса такие как стремление автора максимально приблизить письменную речь к разговорной, а также блогеры используют различные сокращения в целях экономии времени. Более того в блогах можно проследить некоторые коммуникативные цели, например, блогеры чаще всего пытаются обратиться к чувствам своих читателей, чтобы вызвать у них определенные эмоции через ассоциации.

В ходе исследования было замечено, что эмоджи, изображения, капитализация и сокращенные формы слов характерны для фонографического уровня. Эти приемы помогают получить отклик среди читателей, так как они чаще всего вызывают различные эмоции.

Чтобы приблизиться к разговорной речи в социальной сети Instagram, блогеры используют сленг (эмоционально окрашенная лексика). Также были замечены случаи употребления гиперболы, антитезы, и игры слов. Блогеры используют данные приемы, чтобы, во-первых, добавить эмоциональности и экспрессивности тексту; во-вторых, в какой-то степени добавить комичности.

На морфосинтаксическом уровне важно обратить внимание на то, что авторы постов чаще всего пренебрегают использованием знаков препинания, чаще всего огромные тексты, объединяющие в себе несколько идей, написаны одним предложением. Также мы заметили интересную тенденцию среди блогеров, они вместо знаков препинания, осознанно или нет, используют эмоджи, чтобы разделить предложения на смысловые части. Одни из самых главных черт интернет-дискурса, можно заметить на

этом уровне, такие как тенденция к максимальному приближению к разговорному стилю письменной речи, пренебрежение правил использования знаков препинания.

Также был разработан комплекс упражнений, которые можно использовать на уроках английского, в старших классах, затрагивающие важные вопросы, с помощью которых у детей расширяется кругозор и происходит развитие коммуникативной и социокультурной компетенции.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Это исследование направлено на определение языковых характеристик блогов о еде и за основу была взята социальная сеть Instagram.

Лингвисты уже некоторое время изучают интернет-дискурс. Есть много определений этого понятия. В данной статье мы принимаем точку зрения Варламовой Е.В., которая указала, что «Интернет-дискурс - это текст, существующий в системе Интернет».

Социальные сети - идеальный ресурс для анализа интернет-дискурса. В связи с постоянным увеличением числа новых пользователей и активным появлением существующих блогов язык социальных сетей постоянно развивается. Время от времени в общении появляются новые тенденции: одни стили и приемы становятся популярными, а другие, наоборот, уже не используются. Возможность создавать текстовые заметки, общаться с другими пользователями и комментировать их записи позволяет нам выделять и анализировать основные особенности языка пользователей.

В блогах о еде пользователи стараются привлечь внимание новых читателей, апеллируя их чувствами вызывая различные ассоциации и эмоции, связанные с ними.

Приемы, которые блогеры используют для достижения этих целей, можно найти в фонографическом, лексическом и морфосинтаксическом уровнях.

Устная речь оказывает большое влияние на межличностный язык в социальной сети. Использование сокращенных словоформ и отсутствие сегментации предложений могут подтвердить это.

Кроме того, часто можно встретить стилистические средства такие как гипербола, антитеза, игра слов и т.д.

В ходе исследования можно заметить, что очевидное взаимовлияние устной и письменной речи в процессе интернет-коммуникации позволило зафиксировать особое лингвистическое явление – гибридный дискурс. Иными словами, это существование письменной разговорной речи как результата слияния устной и письменной речи.

В целом стоит отметить, что лингвисты не проводили глубоких исследований фуд-блогов в социальных сетях. Это означает, что язык пользователей содержит множество возможностей для дальнейшего анализа.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абрамова Т.В. Диалогическое единство «просьба– реакция» (на материале. русского и английского языков) автореф. дис. ... канд. филол. наук. / Абрамова Татьяна Валентиновна. – Воронеж. – 2003. – 20 с.
2. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Нина Арутюнова. Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990. С. 136 – 137.
3. Асмус Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства дис. ... канд. филол. наук. / Асмус Нина Геннадьевна. – Челябинск, 2005. 265 с.
4. Бабаева Ю.Д. Интернет: воздействие на личность. Гуманитарные исследования в Интернете. М., 2000. – 146 с.
5. Баженова Е. А., Иванова И. А. Блог как интернет-жанр // Вестник Пермского университета. Сер. «Российская и зарубежная филология». - 2013. - Вып. 4 (20). – С. 125 – 131.
6. Варламова, Е. В. Особенности германского леворадикального интернет-дискурса [Текст]: автореф. дис. ... канд. филол. наук: *защита 10.02.04* – Германские языки / Варламова Екатерина Викторовна. – Москва, 2006. – 26 с.
7. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика / Рут Водак. Пер. с англ. и нем. Карасика В. И., Трошиной Н. Н. Волгоград: Перемена, 1997. – 139 с.
8. Гаспаров Б. М. Язык, память, образ. / Борис Гаспаров. Лингвистика языкового существования. – М.: Нов. Лит. Обозрение, 1996. – 352 с.
9. Галичкина Е. Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках: автореф. дис. ...канд. филол. наук. / Галичкина Елена Никлаевна. Астрахань, 2001. – 94 с.
10. Горошко Е. И. Гендер и блоггика Интернета (психолингвистический анализ) Елена Горошко. Вопр. психолингвистики. - Вып. 5 – 2007. – С. 52 – 63.

11. Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Тён Адрианус ван Дейк; пер. с англ. / сост. В. В. Петрова; под ред. В. И. Герасимова; вступ. ст. Ю. Н. Караулова и В. В. Петрова. — Москва: Прогресс, 1989. — 86 с.
12. Демьянков В.З. Морфологическая интерпретация текста и структура словаря / Валерий Демьянков. Вопросы кибернетики: Общение с ЭВМ на естественном языке. — М.: Научный совет по комплексной проблеме «Кибернетика», 1982. — С.75 – 91.
13. Долуденко Е. А. Англицизмы в русскоязычном компьютерном жаргоне / Елена Долуденко. Лингвистика. Перевод. Межкультурная коммуникация. Пятигорск, 1999. С. 25 – 29.
14. Карасик В.И., Слышкин Г.Г. Лингвокультурный концепт как единица исследования / Методологические проблемы когнитивной лингвистики: Сб. науч. тр. — Воронеж: ВГУ, 2001. — С. 75 – 80.
15. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / Владимир Карасик. — М: Гнозис, 2004. — 390 с.
16. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 1987. — 264 с.
17. Ломов А.М. Русский синтаксис в алфавитном порядке: понятийный словарь-справочник / Анатолий Ломов. — Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2004. — 400 с.
18. Маклуэн Г. М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Маршал Маклуэн. М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. — 86 с.
19. Мечковская, Н. Б. История языка и история коммуникации от клинописи до Интернета: курс лекций по общему языкознанию [Текст] / Нина Мечковская — М.: Флинта; Наука, 2009. — 582 с.
20. Миронова Н.Н. Дискурс- анализ оценочной семантики. / Надежда Миронова. - Учебное пособие - М.: НВИ – ТЕЗАУРУС, 1997. — 158 с.

21. Моргун Н. Л. Научный сетевой дискурс как тип текста: автореф. дис ... канд. филол. наук. / Моргун Наталья Леонидовна. Тюмень: Изд-во Тюмен. гос. ун-та, 2003. – 167 с.
22. Нестеров В.Ю. К вопросу об эмоциональной насыщенности межличностных коммуникаций в Интернете [Электронный ресурс] / Вадим Нестеров. - Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/> - Загл. с экрана.
23. Николаева Т.М. Лингвистика текста. Современное состояние и перспективы [Текст] / Татьяна Николаева // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 8: Лингвистика текста. – М., 1978. – 479с.
24. Олешков М. Ю. Системное моделирование институционального дискурса (на материале устных дидактических текстов): автореф. дис. ... докт. филол. наук. / Олешков Михаил Юрьевич. Нижний Тагил, 2007. – 317 с.
25. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://slovarozhegova.ru/> - Загл. с экрана.
26. Розина И. Н. Интернет-сообщество специалистов в области коммуникации // Ирина Розина. Новые инфокоммуникационные технологии в социально-гуманитарных науках и образовании: современное состояние, проблемы, перспективы развития / под общ. ред. А. Н. Кулика. М.: Логос, 2003. С. 392 – 399.
27. Самаричева А. И. Англоязычное влияние на немецкий компьютерный дискурс // Анна Самаричева. Язык, коммуникация и социальная среда. Воронеж, 2001. – 27 с.
28. Ушаков, А. А. Интернет-дискурс как особый тип речи [Текст] / Александр Ушаков // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – Майкоп, 2010. – № 4. – 4 с.
29. ФГОС среднего общего образования [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fgos.ru/> - Загл. с экрана.

30. Чернявская В.Е. Лингвистика текста. / Валерия Чернявская. Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность: учеб. пособие. – М.: Книжный дом «Либроком», 2009. – С. 73.
31. Шипицина, Л. Ю. Жанровая характеристика политических веб-страниц [Текст] / Лариса Шипицина // Вестник Поморского университета. Серия «Гуманитарные и социальные науки». – Архангельск, 2010. – № 3. – С. 100 – 105.
32. Cotter C. Claiming a Piece of the Pie / Colleen Cotter. How the Language of Recipes Defines Community. 1997. – 58 с.
33. Diemer S. When making pie / Stefen Diemer. Lexical, syntactic and interactive features in online discourse - a synchronic study of food blogs. 2013. – 54 с.
34. Gunther K. Multimodal Discourse Analysis / Kress Gunther. in The Routledge Handbook of Discourse Analysis, ed. James Paul Gee, and Michael Handford. London 2011. – 46 с.
35. Renkema J. Introduction to Discourse Studies. / Jan Renkema. Amsterdam. 2004. – p. 76.
36. Jing Lin, Chris Mellish, and Ehud Reiter, Style Variation in Cooking Recipes / Proceedings of the Symposium on Style in text: Creative generation and identification of authorship, 2008. – С. 14-18.
37. Longman Exams Dictionary. – London: Pearson Education Limited, 2006. – С. 18, 34.
38. Macmillan English Dictionary. - London: Macmillan, 2007. – С. 17, 47.
39. Mary F. K. Fisher, The Anatomy of a Recipe, in with Bold Knife and Fork. / Mary Frances Kennedy Fisher. London. 2001. – 13 с.
40. Robin Lakoff. Identity à la carte: you are what you eat, in Discourse and Identity / ed. Anna De Fina, Deborah Schiffrin, and Michael Bamberg. New York: Cambridge University Press, 2006. – 165 с.

41. Stefan Diemer. Recipes and Food Discourse in English. Saarland University. 2013. C. 139 – 156.
42. Susan C. Herring. Computer-mediated discourse. in The Handbook of Discourse Analysis. / ed. Deborah Schiffrin, Deborah Tannen, and Heidi E. Hamilton. Oxford. 2001. – C. 612 – 634.
43. Tony Bex, Variety in Written English // Texts in society: societies in text. London/New York. 1996. C. 114 – 126.

ПРИЛОЖЕНИЕ А.

Процентное соотношение устной и письменной речи

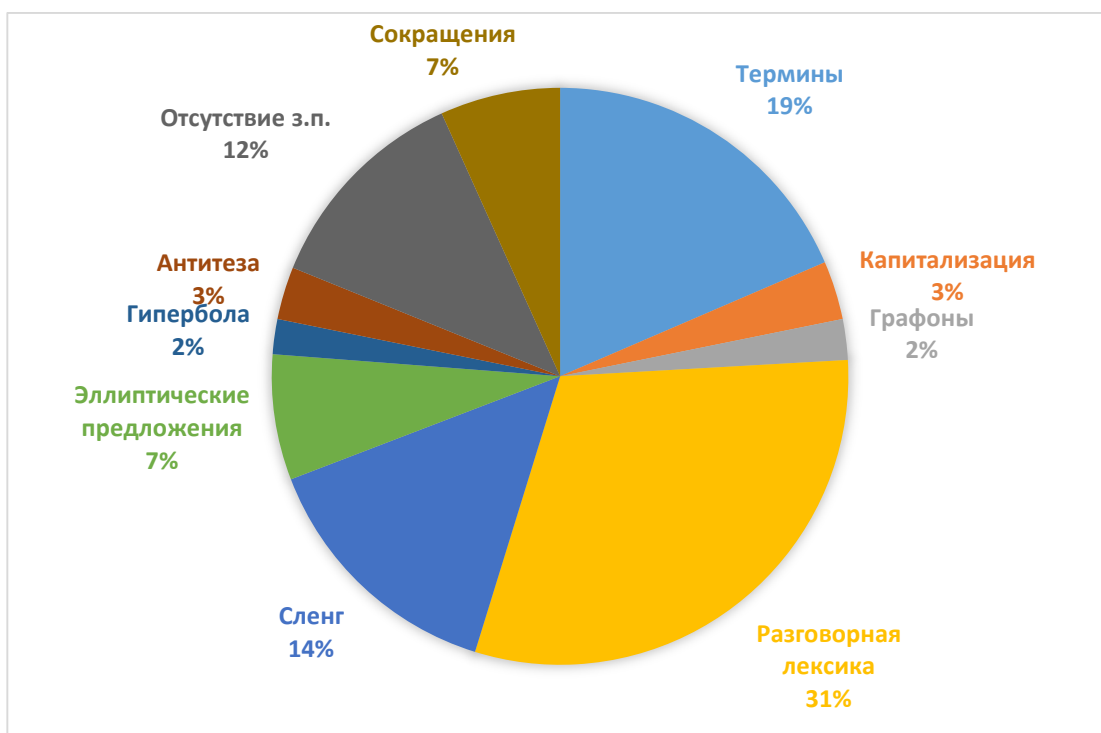


Рисунок А.1 – Среднее процентное соотношение характеристик устной и письменной речи на один пост

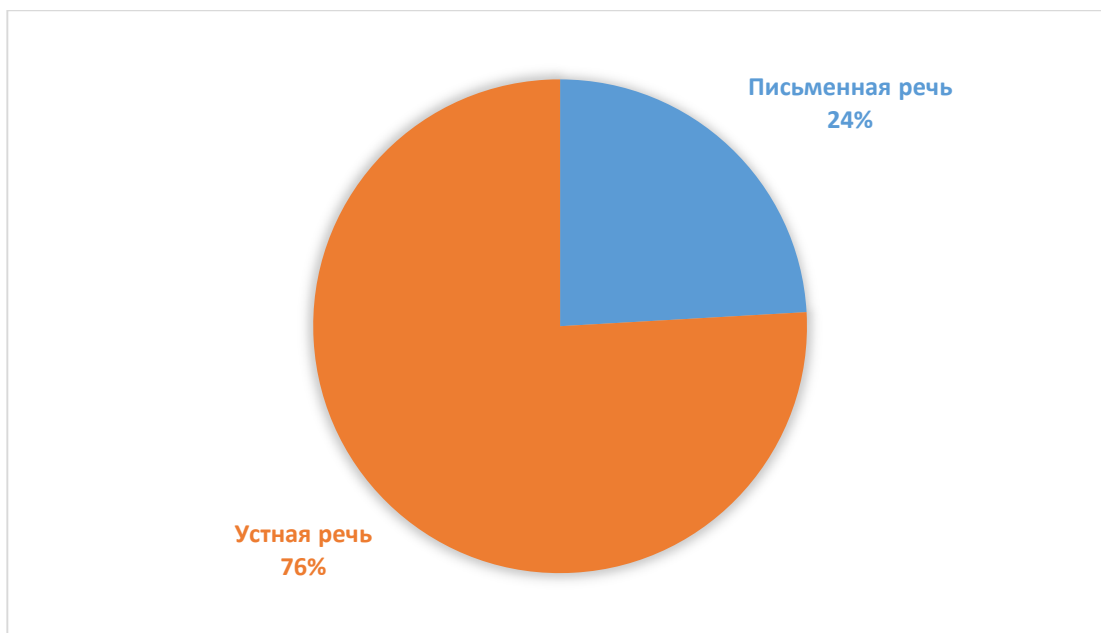


Рисунок А.2 – Соотношение элементов письменной и устной речи в среднем в одном посте