

Сергеева Полина Сергеевна, студентка 5 курса

Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы,

Уфа, Россия

МЕТОДИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИЗУЧЕНИЯ ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО МЕДИА-ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ ФУД-БЛОГОВ) В СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ

Аннотация: В данной статье о методическом аспекте изучения лингвостилистических особенностей англоязычного гастрономического медиа-дискурса (на материале фуд-блогов) в средней школе. Автор дает определение основных понятий, краткую характеристику лингвостилистики современных англоязычных фуд-блогов, а также предлагает направления использования англоязычных фуд-блогов на уроках английского языка в старших классах средней школы.

Ключевые слова: гастрономический дискурс, фуд-блог, старшеклассники, английский язык, компетенция, изучение, уроки.

Abstract: This article is about the methodological aspect of studying the linguistic and stylistic features of the English-language gastronomic media discourse (based on the material of food blogs) in high school. The author gives a definition of the basic concepts, a brief description of the linguistics of modern English-language food blogs, and also offers directions for the use of English-language food blogs in English lessons in high school.

Key words: gastronomic discourse, food-blog, high school students, English language, competence, study, lessons.

Актуальность исследования заявленной темы обусловлена тем, что в настоящее время требования к урокам иностранного языка постоянно возрастают в силу того, что в сторону ужесточения меняются требования к выпускнику общеобразовательной школы в части овладения иностранным языком. Так, к примеру, совершенно недостаточно объясниться на иностранном языке. Необходимо уметь поддерживать беседу с носителем этого языка на бытовые темы, а также обладать рядом сформированных компетенций, наиболее значимыми из которых выступают лингвострановедческая и социокультурная. Соответственно, современные учебно-методические комплексы по английскому языку должны быть построены таким образом, чтобы к окончанию школы у учащихся сформировались соответствующие компетенции. Однако, учебники и иные материалы, предназначенные для обучения английскому языку, просто не успевают за стремительно меняющимися реалиями, в силу чего учителю английского языка необходимо максимально полно использовать наиболее современные формы, средства и методы обучения, а также материалы, которые можно найти только в сети Интернет. С этой точки зрения англоязычные фуд-блоги представляют собой богатейший материал, который может быть эффективно использован на уроках английского языка в старших классах. Соответственно, представляется целесообразным проанализировать отдельные методические аспекты изучения лингвостилистических особенностей англоязычного гастрономического медиадискурса, к которому и относятся фуд-блоги, с точки зрения их применения на уроках английского языка в старших классах общеобразовательной школы.

Сначала представляется целесообразным дать определение основными понятиям, таким, как: медиадискурс, гастрономический дискурс, блог и фуд-блог.

Медиадискурс или, по-другому, массмедийный дискурс, представляет собой один из социально-когнитивных и социально-регулятивных механизмов, вектор которого непосредственно направлен как на социальное самопознание, так и на социальное конструирование, а кроме того – на объективацию и

моделирование сознания социума (причем объективация имеет место в рамках совокупности публично заявленных текстов рефлексии социума относительно своей действительности и деятельности) и мнения общества, под которым понимается оценочное суждение, касающееся социальной действительности и деятельности [1, с. 18]. Все вышеперечисленное происходит с помощью производства, тиражирования и регулярной доставки целевой аудитории тех символов и оценок, которые обладают для нее социальной значимостью.

Гастрономический дискурс представляет собой отдельный жанр медиадискурса. А.В. Олянич под гастрономическим дискурсом предлагает понимать такой вид коммуникации, который обладает прямой взаимосвязью с состоянием пищевых ресурсов, а также всеми особенностями их обработки и последующего потребления (включая сервировку, советы по хранению пищевых продуктов и т.д.) [5, с. 157].

Реализация гастрономического дискурса имеет место в том числе и в фуд-блогах. Говоря о термине «блог», необходимо отметить, что он представляет собой сокращение слова «веблог» (weblog на английском языке, что может быть дословно переведено как «сетевой бортовой журнал»). Этот термин был впервые использован П. Мерхольдзом, в начале 1999 года разместившего в боковой врезке своего блога Peterme.com словосочетание «we blog», которое на русский язык переводится как «мы ведем блог» [4, с. 52]. Что же касается термина «веблог», то его создание приписывают Й. Баргеру в середине декабря 1997 года. Автор сайта RobotWisdom.com использовал этот термин для того, чтобы описать список ссылок, которые, в свою очередь, представляли собой записи в бортовом журнале виртуального путешественника, то есть, аналогично тому, как ведутся бортовые журналы на судах.

Сейчас блоги представляют собой один из инструментов, дающих возможность создания сетевых сообществ. Соответственно, можно говорить о том, что блоги представляют собой своеобразный подвид коммуникации и функционирующие в соответствии с основными законами коммуникации. Имеется множество подходов, касающихся определению жанра блогов, но

наиболее распространенным является подход, в рамках которого блог рассматривается в качестве вторичного речевого жанра, гипержанра или же субжанра [2, с. 127].

Фуд-блог представляется собой такую разновидность блога, в котором речь идет о гастрономии и кулинарии во всех их проявлениях. Иными словами, в фуд-блоге содержится контент, тем или иными образом связанный с пищевыми продуктами и напитками.

В настоящий период времени фуд-блоги обладают большой популярностью, что является прямым следствием преимуществ онлайн-платформ, которые были выделены С.Б. Дроздовой и которые можно кратко охарактеризовать следующим образом: гипертекстуальность, мультимедийность и интерактивность [3, с. 20]. Принимая во внимание вышеперечисленные свойства фуд-блогов, у их авторов появляется уникальная возможность:

- расширения не только объема содержащейся в блоге информации, но и постоянная корректировка ее содержания;
- выражение смысла посредством использования различных коммуникационных кодов;
- использование с целью общения с аудиторией различных форм коммуникации, что дает большие возможности аудитории фуд-блога принимать участие в обмене информацией как с автором такого блога, так и с другими пользователями.

Англоязычный фуд-блог обладает большинством характеристик интернет-дискурса, к основным из которых необходимо отнести следующие:

- стремление автора к максимальному сближению письменной речи с разговорной;
- использование большого количества сокращений, эмодиконов, графики и т.д.;
- апеллирование к чувствам и эмоциям аудитории посредством воздействия на ассоциативное поле.

В процессе исследования лингвостилистических особенностей

англоязычных фуд-блогов, было выявлено, что на фонографическом уровне этот вид блогов характеризуется наличием большого количества эмотиконов, капитализацией, а также использование сокращенных форм слов. Применение этих приемов дает возможность вызвать более яркий отклик у аудитории, поскольку эти приемы задействуют эмоциональные реакции.

С целью приближения к разговорной речи в фуд-блогах, размещенных в социальной сети Instagram (в настоящее время эта соцсеть запрещена в России), нередко используются сленговые выражения и лексические единицы, имеющие яркую эмоциональную окраску. Кроме того, можно отметить отдельные случаи употребления гиперболы, антитезы и каламбура. Использование этих приемов фуд-блогерами обусловлено тем, что они увеличивают эмоциональной и экспрессивность текста, а также способствуют усилению комического эффекта.

С точки зрения синтаксического уровня организации текста фуд-блогов, необходимо отметить пренебрежение знаками препинания: объемные тексты с несколькими посылами нередко представляют собой одно очень длинное предложение. Кроме того, зачастую англоязычные фуд-блогеры вместо знаков препинания используют эмотиконы, посредством которых такие длинные предложения разбиваются на несколько смысловых частей.

Соответственно, можно говорить о том, что тексты англоязычных фуд-блогов обладают одной из наиболее важных особенностей интернет-дискурса, а именно: максимальным сближением письменной речи с разговорной.

Итак, можно видеть, что у современных англоязычных фуд-блогов имеется ряд лингвостилистических особенностей, которые могут быть эффективно использованы на уроках английского языка в старших классах. Например, старшеклассников целесообразно знакомить с особенностями подачи материала в фуд-блогах, основными стилистическими средствами, которые фуд-блогеры используют для привлечения внимания к своему материалу, особенностями построения предложений в формате фуд-блога и др. Кроме того, фуд-блоги можно использовать для обогащения лексики старшеклассников, поскольку в фуд-блогах встречаются лексические единицы, которые очень редко можно

встретить в других источниках на английском языке.

Принимая во внимание то, что было изложено выше, учитель английского языка может эффективно использовать материалы англоязычных фуд-блогов для разработки отдельных упражнений и конспектов занятий, предназначенных для уроков английского языка в старших классах. Направленность таких упражнений может быть очень разной: обогащение лексического запаса старшеклассников, расширение их кругозора в целом и в рамках гастрономического дискурса в частности. Такого рода упражнения весьма эффективными для формирования социокультурной, коммуникативной и лингвострановедческой компетенции.

Что касается возможностей использования материала фуд-блогов на уроках английского языка в старшем звене общеобразовательной школы, то можно говорить о том, что фуд-блоги представляют собой прекрасную возможность познакомить старшеклассников не только с особенностями гастрономического дискурса, но также и со стилистическими средствами, которые активно используются авторами современных англоязычных фуд-блогов. Соответственно, у старшеклассников появляется возможность глубже познакомиться в современных разговорном интернет-языком, правилами построения фраз таким образом, чтобы привлечь потенциальных посетителей фуд-блога, особенности использования лексических, грамматических и иных средств современного языка в интернет-дискурсе в частности и в таком его подвиде, как гастрономический дискурс, отраженный в материалах фуд-блогов. Все это позволяет не только разнообразить уроки английского языка, но и повысить уровень мотивации старшеклассников к дальнейшему изучению английского языка и англоязычной лингвокультуры.

Подытоживая вышесказанное, в целом стоит отметить, что современные лингвисты до настоящего момента не проводили глубоких исследований фуд-блогов, в том числе и англоязычных. Это означает, что язык авторов и пользователей таких блогов содержит множество возможностей для дальнейшего анализа, причем не только лингвистического, но и с точки зрения

максимально полного использования таких материалов для разработки упражнений, отдельных фрагментов уроков и элективных курсов, посвященных современному англоязычному гастрономическому дискурсу.

Библиографический список:

1. Абрамова Е.С. Массмедийный дискурс: сущность и особенности // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. - №12 (42): в 3-х ч. Ч. I. С. 17-19.

2. Баженова Е.А., Иванова И.А. Блог как Интернет-жанр // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2012. Вып. 4 (20). С. 125-131.

3. Дроздова С.Б. Гастрономический текст в России и Европе: от кулинарной книги к блогу // Научный форум: Филология, искусствоведение и культурология: сб. ст. по материалам XVII междунар. науч.-практ. конф. - №6 (17). М.: Изд. «МЦНО», 2018. С. 15-20.

4. Клушина Н.И., Смирнова Н.В., Касперова Л.Т. Сетевые жанры: новость и комментарий в пространстве Интернета // Верхневолжский филологический вестник. 2018. №3. С. 50–54.

5. Олянич А.В. Гастрономический дискурс // ДИСКУРС-ПИ. 2015. №2 (19). С. 157-160.