

Научная статья

УДК 81-112

<https://doi.org/10.17021/2712-9519-2025-4-6-13>

5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика

СТРАТЕГИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В РЕЧИ АНГЛОЯЗЫЧНОГО БЛОГЕРА

Анна Александровна Авилова

Волгоградский государственный социально-педагогический университет, Волгоград, Россия
avilova97@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается интернет-коммуникация и ее значение в современном обществе. Определены особенности блога как жанра, дефинируются понятия блогер и языковая личность. Цель – выявить и описать стратегию эмоционального воздействия, применяемую англоязычным блогером, а также охарактеризовать речевые тактики, составляющие данную стратегию. В результате исследования рассмотрены определения коммуникативной стратегии и тактики и их соотнесенность друг с другом. Даны характеристика стратегии эмоционального воздействия в блоге. Описаны тактика комплимента и тактика похвалы в постах и комментариях к ним. Установлено, что тактика комплимента выражает одобрение чьего-либо действия, поэтому направлена на третье лицо. Определено, что тактика похвалы подчеркивает чью-либо заслугу или успех. Выявлено, что обе тактики могут выражаться в блоге как вербальным, так и невербальным способом. Даны примеры эмоционально-окрашенных лексических единиц, используемых в данных комплиментарных тактиках. Выдвинуто предположение, что стратегия эмоционального воздействия может реализовываться и при помощи других коммуникативных тактик.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, блог, блогер, стратегия эмоционального воздействия, тактика комплимента, тактика похвалы

Для цитирования: Авилова А.А. Стратегия эмоционального воздействия в речи англоязычного блогера // Лингвистика и образование. 2025. Том 5. №4. С. 6-13.
<https://doi.org/10.17021/2712-9519-2025-4-6-13>

Original article

THE STRATEGY OF EMOTIONAL IMPACT IN THE SPEECH OF AN ENGLISH-SPEAKING BLOGGER

Anna A. Avilova

Volgograd State Socio-Pedagogical University, Volgograd, Russia

avilova97@mail.ru

Abstract. The article examines Internet communication and its importance in modern society. The features of the blog as a genre are defined, the concepts of a blogger and a linguistic personality are defined. The purpose of the article is to describe the strategy of emotional impact in the speech of an English-speaking blogger and its constituent tactics. As a result of the research, definitions of communicative strategy and tactics and their correlation with each other are given. The article describes the strategy of emotional impact in a blog. The tactics of compliment and praise in posts and comments to them are described. It has been established that the compliment tactic expresses approval of someone's action, therefore it is directed at a third party. It is determined that the tactics of praise emphasize someone's merit or success. It has been revealed that

both tactics can be expressed in a blog in both verbal and non-verbal ways. Examples of emotionally colored lexical units used in these complementary tactics are given. It is suggested that the strategy of emotional impact can be implemented with the help of other communicative tactics.

Keywords: Internet communication, blog, blogger, emotional impact strategy, compliment tactics, praise tactics

For citation: Avilova A.A. The strategy of emotional impact in the speech of an English-speaking blogger, Linguistics & education, 2025. Vol. 5. No. 4. Pp. 6-13.
<https://doi.org/10.17021/2712-9519-2025-4-6-13>

Введение

Современный мир коммуникации немыслим без передачи и обмена информацией посредством Интернета, поскольку данная альтернатива общения является глобальной и охватывает сегодня любые сферы человеческой жизнедеятельности. При этом важно отметить, что интернет-коммуникация представляет собой довольно сложный социальный феномен, следовательно, несет в себе определенные цели, установки и ценности, а также нормируется правилами поведения и охватывает целое многообразие речевых жанров, используемых людьми для осуществления конкретной коммуникативной интенции [1; 2; 3].

Одним из самых распространенных речевых жанров на просторах Интернета является блог, который представляет собой веб-сайт с датированными записями текстового и мультимедийного характера и возможностью их комментирования [4, с. 127]. Стоит отметить, что создание блога изначально носило лишь информативный характер, а именно своеобразный бортовой журнал предназначался для создания заметок из путешествий, которые другие пользователи могли прочитать и оставить комментарий. Сейчас же блогосфера уже стала важным инструментом коммуникации, при помощи которого можно оказывать влияние на определенную аудиторию, рекламировать что-либо, продвигать какую-то идею, товар или услугу.

Обозначая блогера как пользователя Интернета, который ведет блог и повествует о значимых для него или для общества в целом событиях [5, с. 4], можно рассмотреть его и как языковую личность. Вслед за Ю.Н. Карапловым мы определяем языковую личность как «многокомпонентный и многослойный набор языковых способностей, умений, готовностей к осуществлению речевых поступков разной степени сложности» [6, с. 32].

На наш взгляд, блогеры, представляющие широкий спектр тем – от моды и путешествий до политики и образования – все чаще становятся не только источником информации, но и важными фигурами в формировании общественного мнения. В условиях высокой конкуренции за внимание аудитории, эмоциональное воздействие становится ключевым инструментом, позволяющим блогерам выделяться и устанавливать доверительные отношения с читателями.

Цели исследования

Цель нашего исследования – выявить и описать стратегию эмоционального воздействия, применяемую англоязычным блогером, а также охарактеризовать речевые тактики, составляющие данную стратегию.

Полученные результаты

В ходе исследования блог-платформы «LiveJournal», а именно постов и комментариев к ним авторов из США, Канады и Великобритании, нами было установлено, что эмоциональное воздействие в речи блогера – это не просто использование эмоционально-окрашенных слов и оборотов речи. Это сложным образом сформированная коммуникативная стратегия, направленная на создание определенного эмоционального фона, который способствует вовлечению аудитории в определенную тему. Блогеры используют различные риторические приемы и стилистические средства, чтобы вызвать у своих читателей широкий спектр эмоций: от радости и вдохновения до гнева и печали. Эмоции, в свою очередь, играют важную роль в формировании мнений, убеждений и поведения читателей, что делает их важным объектом изучения в контексте цифровой коммуникации.

Опираясь на авторитетное мнение О.С. Иссерс, мы определяем коммуникативную стратегию как «планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и реализацию этого плана» [7, с. 54]. При этом реализация плана общения может осуществляться разными способами, т.е. стратегический замысел, можно сказать, определяет выбор средств и приемов общения.

Коммуникативное взаимодействие выстраивается посредством коммуникативных (речевых) тактик, которые соотносятся между собой как коммуникативные и практические цели.

Под понятием «коммуникативная тактика» понимается совокупность речевых действий, выполняемых в определенной последовательности и реализующих коммуникативную стратегию по заданным правилам [8, с. 69]. Отсюда можно сделать вывод о том, что коммуникативные тактики представляют собой конкретные шаги в процессе реализации ситуации общения.

В данной статье мы представляем стратегию эмоционального воздействия, применяемую англоязычными блогерами в постах и комментариях к ним. В частности, охарактеризуем тактику комплимента и/или благодарности, а также тактику похвалы, которые являются составляющими стратегии эмоционального воздействия.

Стоит отметить, что тактика комплимента и тактика похвалы используются довольно часто авторами блога для выражения положительного отзыва на что-либо или восхищения кем-либо, субъективный лестный комментарий. Крылатая фраза Б. Окуджавы «Давайте говорить друг другу комплименты» является доказательством того, что подобное речевое поведение оценивается обществом положительно и, как правило, принимается адресатом благосклонно.

Похвала или комплимент способствуют формированию положительной коммуникативной ситуации и наличию обратной связи от читателей, которые могут как поддержать позитивный отзыв, так и выразить критику. Адресант прибегает к использованию так называемого приема «повышения» адресата или объекта обсуждения, что выражается верbalным и невербальным образом (смайликами).

Важно, на наш взгляд, разграничение понятий похвалы и комплиента, т.к. оба явления тесно связаны с положительными оценками, поэтому границы между ними размыты. Главное отличие между ними заключается в том, что основная цель похвалы – это положительная оценка каких-либо достижений, целью комплиента является просто положительное сообщение о благорасположении и добрых чувствах.

При рассмотрении тактики комплиента нами было отмечено, что она чаще всего направлена англоязычным автором не на себя, а на другого человека и его заслуги. При этом комплиментарные тексты, как правило, адресованы знаменитостям, значимым людям для страны или мира в целом. Так, например, блогер *possiblewerf* [9] в своем посте в комплиментарной форме отзываеться об американской певице Майли Сайрус, которая вернулась на большую сцену с музыкальным хитом. Автор приводит в тексте поста следующие строки: «*She looks incredible and the video feels like a more mature and empowered nod to her Pilates era*» («Она выглядит потрясающе и видео выглядит как более зрелый и уверенный намек на ее новую эпоху»).

Интересен тот факт, что тактика комплиента в блогосфере может быть направлена и на читателей, хотя автор с ними незнаком. Так, автор [majiklmoon](#) [10] в своем посте, используя мотивирующую надпись, говорит о том, что ты, т.е. любой пользователь Интернета, должен напоминать себе об этом каждое утро: «*Your smile lights up the room. Your mind is insanely cool. You are way more than enough, and you are doing an amazing job at life*» («Твоя улыбка озаряет комнату. Твой ум невероятно крут. Тебя более чем достаточно, и ты отлично справляешься с жизнью»). В такой одобрительной комплиментарной форме блогер как будто мотивирует читателей замечать и отмечать собственную жизнь, подчеркивая, что ты уже многое узнаешь и умеешь.

Стоит упомянуть, что тактика комплиента, как правило, выражена эксплицитно и представлена эпитетами как стилистической фигурой украшения и выразительности речи. Часто блогеры прибегают к использованию невербальных средств эмоционального воздействия, а именно к смайликам, которые помогают выразить одобрение в комплиментарной форме. Так, самыми распространенными, исходя из наших наблюдений, являются следующие смайлики: сердце или смайлик с влюбленными глазами (= очень красиво, прекрасно), смайлик-огонь (= супер, бесподобно), поднятый вверх палец (= здорово, классно), смайлик с очками (= круто). Провести строгую разграничительную черту между смайликами с целью выражения комплиента и смайликами с целью экспликации похвалы не представляется возможным без наличия обширного верbalного контекста, поскольку они в любом случае носят одобрительный характер.

Совершенно заслуженно комплимент относят к ритуалу, который базируется на принципе вежливости, поэтому в ходе исследования нами были отмечены только положительно маркированные лексические единицы, формирующие тактику комплимента.

Нередко англоязычный блогер в своих постах прибегает к использованию тактики благодарности, которая тесно связана с тактикой комплимента. Например, автор [sheilahyatt14](#) [11] в своем посте благодарит читателей за все ответы на предыдущий её пост: «*Thank you for all the replies to my posts, so happy that many love/like my Journals and post on them and message me on here to*» («Спасибо вам за все ответы на мои посты, я так рада, что многим нравятся мои блоги и посты в них, а также мои сообщения здесь»). Такой жест благодарности можно расценить и как комплимент читателям, ведь это является одобрением и признанием того, что делают адресанты в блоге.

Тактика похвалы в блоге англоязычного блогера играет ключевую роль в формировании доверительных отношений между блогером и его аудиторией, используется для создания позитивной атмосферы и большей вовлеченности читателей.

Часто похвала служит инструментом мотивации как в реальной, так и в виртуальной жизни. Поэтому блогер, в свою очередь, тоже не упустит возможность отметить успехи своей аудитории, вдохновить ее на продолжение своих усилий и достижение новых высот. Так, блогер *macklingirl* [12], определяя победителей в устроенной им викторине по фильму, выражает похвалу таким способом: «*Congratulation! You all did a good job here. And a huge thank you to all the other participants!*» («Поздравляю! Вы все хорошо потрудились. И большое спасибо другим участникам!»).

Обращая внимание на тактику похвалы, отметим, что она может быть направлена на работу другого блогера, т.е. одобрение поста или его содержания другого автора. Так, например, автор *expertwriters00* [13], ссылаясь на страницу другого блога, выражает похвалу следующим образом: «*The way you have presented the blog makes it very impressive and engaging. It would be a great thing to revisit*» («То, как вы представили блог, делает его очень впечатляющим и интересным. Было бы здорово вернуться к нему еще раз»).

Помимо вышеперечисленных функций тактика похвалы часто используется блогерами для выражения признания и восхищения достижениями или заслугами известных людей: спортсменов, политиков, общественных деятелей и др. Так, в своем блоге автор [windowsusasite2](#) [14], призывая читателей купить спортивную футболку от футболиста Криштиану Роналду, восхваляет заслуги и амбиции спортсмена в такой форме: «*A Cristiano Ronaldo youth jersey is more than simply a bit of clothes—it's a symbol of ambition, passion, and admiration for one among soccer's biggest legends*» («Молодежная майка Криштиану Роналду – это больше, чем просто элемент одежды, это символ амбиций, страсти и восхищения одной из величайших легенд футбола»). На наш взгляд, данный пост – это не просто реклама определенного товара и похвала спортсмену. Здесь присутствует и большая доля комплимента: «*No matter if your son or daughter goals of starting to be the following football superstar*

or just admires Ronaldo's talent and sportsmanship, a youth Ronaldo jersey is a necessity-have product» («Независимо от того, хочет ли ваш сын или дочь стать следующей футбольной суперзвездой или просто восхищается талантом и спортивным мастерством Роналду, молодежная майка Ronaldo – это продукт первой необходимости»). Данный пример наглядно демонстрирует, что не всегда можно четко отделить и отличить комплимент от похвалы. Зачастую эти две тактики в силу своей жанровой специфики могут наравне использоваться в одном и том же тексте, смешиваясь между собой и образуя ситуацию одобрения.

Стоит отметить, что тактика комплимента и тактика похвалы в равной мере представлены как в самом тексте поста, так и в комментариях к нему. Данную тенденцию можно объяснить с точки зрения специфики блога, т.к. и пост, и комментарий представляют собой текст, направленный на воздействие **на** реципиента каким-либо образом.

В комментариях к постам читатели могут согласиться с комплиментом или похвалой автора, поддержать идею вербально и невербально. Самым распространенным ответом в комментариях комплиментарного характера служат следующие восклицательные фразы: «*Right you are!*» («Ты прав!»), «*Agree!*» («Согласен!»), «*That's true!*» («Это правда!»), «*Can't help admiring!*» («Не могу не восхищаться!»).

Если же читатель не согласен с похвалой или комплиментом автора в сторону третьего лица, тогда он, как правило, аргументирует свою точку зрения, утверждая обратное. Так, например, автор *eowyn* [15] в комментариях на пост про актера Леонардо ди Каприо, говорит следующее: «*Leo is talented but there's something so dull about the roles he takes and the movies he favours*» («Лео талантлив, но есть что-то такое скучное в ролях, которые он берет, и в фильмах, которые он предпочитает»).

Выводы

В заключении отметим, что блог как значительное по объему творческое пространство для большинства людей позволяет исследователям-лингвистам детально изучить специфику речи блогеров, в том числе и особенности их коммуникативного поведения.

Англоязычный блогер блог-платформы «LiveJournal» в своих текстах прибегает к использованию различных речевых стратегий, эксплицирующих определенные коммуникативные и, следовательно, ценностные установки. Используемые блогерами стратегии выражены набором определенных коммуникативных тактик. Одной из важнейших коммуникативных стратегий блогеров является стратегия эмоционального воздействия, что объясняется интенцией автора установить максимально тесный контакт с читателями, добиться их заинтересованности и внимания.

В блоге сложно провести четкую демаркационную линию между этими двумя тактиками, поскольку они могут переходить одна в другую в силу своей жанровой специфики. Однако, тактика комплимента отличается от тактики похвалы тем, что первая из них ограничена одобрением чьих-либо поступков,

рассуждений, в то время как вторая сфокусирована на подчеркивании чьего-либо результата, успеха или заслуги.

При этом стоит отметить, что стратегия эмоционального воздействия далеко не всегда положительно конструктивна, следовательно, она может быть реализована и другими тактиками. Поэтому посты англоязычных блогеров могут быть далее детально рассмотрены на предмет наличия в них и других коммуникативных тактик.

© Авилова А.А., 2025

Список источников

1. Горошко Е.И. Теоретический анализ интернет-жанров: к описанию проблемной области / Е.И. Горошко // Жанры речи: сб. научн. статей. – 2005. – Вып. 5: Жанр и культура. – С. 370–389.
2. Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса: монография / О.В. Лутовинова. – Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2009. – 477 с.
3. Щипицина Л.Ю. Комплексная лингвистическая характеристика компьютерно-опосредованной коммуникации: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Л.Ю. Щипицина. – Воронеж: Поморский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011. – 40 с.
4. Баженова Е.А., Иванова И.А. Блог как интернет-жанр / Е.А. Баженова, И.А. Иванова // Вестник Пермского университета. – 2012. – № 4 (20). – С. 125-131.
5. Herring S.C., Scheidt L.A., Kouper I., Wright E.A. Longitudinal Content Analysis of Weblogs: 2003–2004 / S.C. Herring, L.A. Scheidt, I. Kouper, E.A. Wright // Blogging, Citizenship and the Future of Media. – 2007. – Рп. 3-20.
6. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – М: Изд-во ЛКИ, 2010. – 264 с.
7. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – М.: Изд-во ЛКИ, 2008. – 288 с.
8. Гулакова И.И. Коммуникативные стратегии и тактики речевого поведения в конфликтной ситуации общения: дис. ... канд. филол. наук / И.И. Гулакова. – Орёл: Орловский гос. университет, 2004. – 153 с.
9. possiblewerf: блог [Электронный ресурс] // LiveJournal. – Режим доступа: <https://ohnotheydidnt.livejournal.com/125061848.html> (дата обращения: 01.05.2025).
10. majiklmoon: блог [Электронный ресурс] // LiveJournal. – Режим доступа: <https://thinkpositive30.livejournal.com/4844785.html> (дата обращения: 01.05.2025).
11. sheilahyatt14: блог [Электронный ресурс] // LiveJournal. – Режим доступа: <https://sheilahyatt14.livejournal.com/14792.html> (дата обращения: 01.05.2025).
12. macklingirl: блог [Электронный ресурс] // LiveJournal. – Режим доступа: <https://teaandswissroll.livejournal.com/1008681.html> (дата обращения: 03.05.2025).
13. expertwriters00: блог [Электронный ресурс] // LiveJournal. – Режим доступа: <https://expertwriters00.livejournal.com/618.html> (дата обращения: 03.05.2025).
14. windowsusasite2: блог [Электронный ресурс] // LiveJournal. – Режим доступа: <https://windowsusasite2.livejournal.com/972.html> (дата обращения: 03.05.2025).
15. eowyn: блог [Электронный ресурс] // LiveJournal. – Режим доступа: <https://ohnotheydidnt.livejournal.com/129241060.html> (дата обращения: 03.05.2025).

References

1. Goroshko E.I. Teoreticheskiy analiz internet-zhanrov: k opisaniiu problemnoi oblasti [Theoretical analysis of Internet genres: towards a description of the problem domain]. Zhanri rechi: sbornik nauchnih statei [Genres of speech: collection of scientific articles], 2005. – No. 5. – Pp. 370– 389.

2. Lutovinova O.V. Lingvokulturologicheskie harakteristiki virtualnogo diskursa: monografiya [Linguistic and cultural characteristics of virtual discourse: monograph]. Volgograd, Peremena Publishing House, 2009. – 477 p.
3. Shipicina L.U. Kompleksnaya lingvisticheskaja harakteristika komputerno-oposredovannoj kommunikacii. Avtoreferat dissertatsii doktora filologicheskikh nauk [Complex linguistic characteristics of computer-mediated communication. Abstract of thesis of Doctor of Philological Sciences]. Voronezh, 2011. – 40 p.
4. Bazhenova E.A., Ivanova I.A. Blog kak internet zhanr [Blog as an Internet genre]. Vestnik Permskogo universiteta [Bulletin of Perm University], 2012. – Vol. 4. – No. 20. – Pp. 125-131.
5. Herring S.C., Scheidt L.A., Kouper I., Wright E.A. Longitudinal Content Analysis of Weblogs: 2003–2004. Blogging, Citizenship and the Future of Media. – 2007. – Pp. 3-20.
6. Karaulov U.N. Russkiy yazik I yazikovaya lichnost [Russian language and linguistic personality]. Moskow, LKI Publishing House, 2010. – 264 p.
7. Issers O.S. Kommunikativnie strategii i taktiki russkoi rechi [Communication strategies and tactics of the Russian language]. Moskow, LKI Publishing House, 2008. – 288 p.
8. Gulakova I.I. Kommunikativnie strategii i taktiki hechevogo povedeniya v konfliktnoi situatsii obsheniya. Dissertatsiya kandidata filologicheskikh nauk [Communicative strategies and tactics of speech behavior in a conflict situation of communication. Thesis of Candidate of Philological Sciences]. Orel, 2004. – 153 p.
9. possiblewerf: blog. Available at: <https://ohnotheydidnt.livejournal.com/125061848.html> (accessed 1 May 2025).
10. majiklmoon: blog. Available at: <https://thinkpositive30.livejournal.com/4844785.html> (accessed 1 May 2025).
11. sheilahyatt14: blog. Available at: <https://sheilahyatt14.livejournal.com/14792.html> (accessed 1 May 2025).
12. macklingirl: blog. Available at: <https://teaandswissroll.livejournal.com/1008681.html> (accessed 3 May 2025).
13. expertwriters00: blog. Available at: <https://expertwriters00.livejournal.com/618.html> (accessed 3 May 2025).
14. windowsusasite2: blog. Available at: <https://windowsusasite2.livejournal.com/972.html> (accessed 3 May 2025).
15. eowyn: blog. Available at: <https://ohnotheydidnt.livejournal.com/129241060.html> (accessed 3 May 2025).

**Авилова
Анна Александровна**

**Avilova
Anna Aleksandrovna**

аспирант, ассистент кафедры немецкого языка и методики его преподавания, Волгоградский государственный социально-педагогический университет, Волгоград, Россия
avilova97@mail.ru

postgraduate student, assistant of the Department of German language and methods of teaching, Volgograd State Socio-Pedagogical University, Volgograd, Russia
avilova97@mail.ru