УДК 811.161.1.'276'42:316.77:004.773
DOI 10.23951/1609-624X-2020-4-30-37

ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ ТРАНСГУМАНИСТИЧЕСКОГО АНГЛОЯЗЫЧНОГО БЛОГА SKINTOUR

М. В. Матюхина

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Томск

Введение. Идея сверхчеловека оказалась как никогда актуальной именно на рубеже последнего тысячелетия. Отголоски мыслей о существовании «особенного» всемогущего человека новой эпохи встречаются в философской концепции трансгуманизма, направленной на улучшение качества и продления срока жизни, а также на предотвращение старения и смерти. Понятие трансгуманизма рассматривается не только как философская концепция, но и как всемирная организация. Идеи трансгуманизма воплощаются в текстах, посвященных продлению жизни и сохранению молодости человека, в том числе и в интернет-текстах. С широким распространением медийности во всех сферах жизни развитие языкознания вышло на новый этап – зародилась новая ветвь, названная медиалингвистикой. Объектом анализа нового направления выступает одно из ключевых понятий медиалингвистики – интернет-блог, являющийся интернет-жанром, который представляет собой сетевое пространство определенной тематики и содержит соответствующий информационный контент (тексты, изображения, мультимедиа). В выбранной модели анализа блога как интернет-жанра выделены медийные, прагматические, структурно-семантические и стилистико-языковые параметры. В рамках анализа данной работы стилистико-языковыми особенностями англоязычного блога SkinTour являются следующие: специфические названия статей в форме риторических вопросов, характерные лексические единицы (медицинские процедуры), лексика, используемая для номинации самих косметических средств; акронимы, антонимы, степень сравнения имен прилагательных.

Материал и методы. Материалом послужил авторский исследовательский корпус текстов англоязычного блога SkinTour, из которого были отобраны 50 аутентичных статей. В теоретической части исследования описаны понятия трансгуманизма, блога и интернет-жанра; анализ материальной базы позволил синтезировать полученные сегменты научных фактов и знаний, накопленных предыдущими поколениями и современниками; были систематизированы параметры анализа. В практической части работы проанализировано лексическое и грамматическое наполнение текстов англоязычного трансгуманистического блога SkinTour. Методологическим основанием работы выступает системный подход, в работе реализуются следующие общенаучные методы: анализ, синтез, индукция, обобщение (методы логики); количественные методы, метод группировки (методы статистики); метод компонентного анализа (методы структурной лингвистики).

Результаты и обсуждение. В связи с широким распространением медийности в самых разнообразных сферах человеческой деятельности наблюдается прирост количества продуктов «сетевое пространство», одним из которых является интернет-блог (далее блог). Подавляющая часть (около 90 %) проанализированных англоязычных блогов с тэгом Anti-aging (а их более 500) содержит в названии тэг Skin и ориентирована в основном на женскую половину населения, которая стремится ухаживать за проблемной кожей. Англоязычный трансгуманистический блог SkinTour также направлен на женскую аудиторию, содержит тысячи статей от эксперта в области медицины. В процессе анализа выделены медийные, прагматические, структурно-семантические и стилистико-языковые параметры блога как интернет-жанра. В рамках анализа стилистико-языковых параметров содержание англоязычного трансгуманистического блога SkinTour представлено лексическими особенностями (названия статей в форме риторических вопросов; частое использование терминов, обозначающих медицинские процедуры и косметические средства; акронимы; антонимы) и грамматическими особенностями (степень сравнения имен прилагательных).

Заключение. Английский язык блогов – самобытное отражение современного виртуального мира. Благодаря многообразию языкового материала интернет-пространства, медиалингвистика представляет собой большое поле для лингвистических исследований. Неоднородность текстов медиасферы выступает залогом разноаспектности анализа трансгуманистических блогов. Практика исследования текстов интернет-жанров должна проводиться с целью фиксации новых лексических, грамматических, стилистических и других особенностей медийного репертуара английского языка.

Ключевые слова: трансгуманизм, блог, медиалингвистика, трансгуманистический блог, англоязычный трансгуманистический блог, лексические особенности, грамматические особенности.

Введение

XX и XXI в. характеризуются стремительным развитием науки и техники, усовершенствованием качества жизни человека, что в совокупности привело к укреплению идей трансгуманизма. Во второй половине XIX в. давняя философская сущ-

ность трансгуманистической мысли вплетает в себя окрепшую идею эволюции. Вместе с выходом в свет дарвиновского «Происхождения видов» в 1859 г. появилось понимание «промежуточности» человеческого вида в составе пищевой цепи. В своих сочинениях Ф. Ницше утверждает: «Как от

обезьяны произошел человек, так же и от человека должен произойти сверхчеловек» [1, с. 245–250]. Под сверхчеловеком Ф. Ницше подразумевает существо, способное управлять своими волей и разумом, презирующее «простого человека». Философ считал, что человек сам по себе приносит Земле только вред, сверхчеловек же объединил в себе идеальные человеческие черты. В каком-то смысле этот идеал бросает вызов божественному, ибо своими новыми возможностями претендует на всевластие и всемогущество. Сверхлюдей Ф. Ницше видел, например, в А. Македонском, Цезаре, Наполеоне.

Если принимать во внимание научную популярность термина «трансгуманизм», то люди в XXI в. находятся в промежуточной стадии трансчеловека, между человеком и постчеловеком. В объеме понятия трансгуманизма следует различать: во-первых, философскую концепцию, пропагандирующую стремление человека к вечной жизни во здравии, красоте и идеалах, иными словами, в утопии; во-вторых, зародившуюся в 1998 г. всемирную организацию трансгуманистов, насчитывающую более трех тысяч участников, сущность которой представляется в борьбе за расширения прав человека, увеличение срока и качества жизни [2, с. 7–8].

Трансгуманизм как философская концепция существует гораздо дольше всемирной организации. Будучи непосредственно связанной с ницшеанской идеей сверхчеловека, концепция выдвигает собственного героя – трансчеловека, который является переходным звеном в цепи эволюции человека на пути к сверхчеловеку. Сам термин «трансчеловек» был введен в обращение одним из футуристов Ф. М. Эсфендиари, который считает импланты, бесполое размножение, отсутствие пола характерными составляющими данного понятия [3, с. 34–37]. Участники всемирной организации трансгуманистов (второе значения понятия) уже считают себя транслюдьюми, ибо спектр человеческих возможностей значительно расширился за последние несколько десятилетий. В качестве примера можно привести несколько доказательств. Например, человек, потерявший по каким-либо причинам конечности, может возместить потерю имплантами, однако не каждый может позволить себе такую покупку [4, с. 110–113].

Еще одним примером существования трансчеловека служит распространенный инструмент борьбы со старением – пластическая хирургия, направленная на устранение деформаций и дефектов какого-либо органа, ткани или поверхности человеческого тела [5, с. 17]. Кроме того, существует модификация тела человека – биологическое и физическое изменение, нарушающее сложившуюся при рождении структуру человеческого организма

путем хирургической, генетической, пластической, биологической коррекции. К слову, популярными видами модификации тела считаются татуировки, прокалывание ушей, бодибилдинг и пирсинг.

Трансгуманизм представляет сложную организацию, в рамках которой образовалось несколько течений: сингулярианства, постгендеризма, постгуманизма, иммортализма. Сингулярианство основано на вере в то, что технологическая сингулярность возможна и необходима [6, с. 1–2]. Приверженцы постгендеризма выступают за добровольное устранение гендера у человеческого вида посредством применения передовых биотехнологий и вспомогательных репродуктивных технологий [7, с. 158–171]. Постгуманизм основан на представлении, что эволюция человека не завершена и может быть продолжена в будущем. Иммортализм – на стремлении избежать смерти или максимально отдалить ее [8, с. 156–170].

Трансгуманизм во всем многообразии своих течений нашел отражение в интернет-текстах. За последние пятьдесят лет медийная сфера интернета поглотила все сферы жизнедеятельности человека, создав специальный блок лексики с корневой морфемой «медиа». Одна из ветвей лингвистики, медиалингвистика, отвечает за функционирование языка в медиасфере или современной массовой коммуникации, представленной печатными, аудиовизуальными и сетевыми медиа [9, с. 23–27]. В языкознание вошли новые термины с конфиксом «медиа» (ср. медиаобразование, медиаграмотность, медиасфера, медиастилистика, медиатекст, медиадискурс), образующие новую отрасль знаний – медиалингвистику [10, с. 120–122].

Объектом настоящей статьи является медиалингвистический термин «блог», популярный феномен не только бытовой и научной действительности человека третьего тысячелетия, зарождение которого (блога) датируется завершающим десятилетием XX в. Первая интернет-страница в форме блога, принадлежащая Тиму Бернерсу-Ли, появилась в 1992 г., более широкое распространение блоги получили в 1996 г. Предпосылкой формирования блогowego явления принято считать побочное детище глобализации – интернет, который, в свою очередь, способствовал многочисленным изменениям в образе жизни современных людей [11, с. 119–123].

Блогом (англ. blog, от web log – интернет-журнал событий, интернет-дневник, онлайн-дневник) называется веб-сайт, основное содержимое которого – регулярно добавляемые человеком записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа [12, с. 91–95]. Блог напоминает личный дневник, предоставляющий возможность комментирования другими пользователями Сети, информация из ко-

того выносятся на всеобщее обозрение. Предметно-понятийная отнесенность блогов разнообразна. Они могут быть как профессионально направленными, так и ведомыми сугубо в личных целях в качестве хобби.

В ряде русскоязычных работ блог относят к интернет-жанру, который часто отождествляется с понятием речевого жанра. Например, Е. А. Баженова называет блог интернет-жанром, «типом коммуникации, который является многоуровневым поликодовым образованием, не равным речевому жанру». Большая часть интернет-жанров (сайты, новостные порталы) характеризуется сложной структурой и состоит из множества не связанных между собой текстов, что отстраняет интернет-жанр от речевого жанра, расширяет его значение, выдвигая на уровень выше не только речевого, но и гипержанра [13, с. 126].

В данной работе рассматривается отдельный англоязычный трансгуманистический блог SkinTour, затрагивающий вопросы борьбы со старением, сохранения и максимального продления жизни, улучшения ее качества, избегания смерти [13, с. 107–110].

Материал и методы

Материальной базой исследования послужил авторский исследовательский корпус англоязычного блога SkinTour, которых составил 50 аутентичных статей общим объемом 50 условных страниц. В теоретической части доминирует описательный метод исследования, анализ материальной базы позволил синтезировать полученные сегменты научных фактов и знаний, накопленных предыдущими поколениями и современниками, следующим шагом анализа является систематизация данной информации, еще одним методом анализа стало выделение параметров. Практическая часть настоящей работы основывается на анализе лексического и грамматического наполнения текстов англоязычного трансгуманистического блога SkinTour.

Методологическим основанием работы выступает системный подход, который используется при анализе англоязычного трансгуманистического блога SkinTour и блоговых текстов как взаимосвязанных элементов в его составе.

В работе реализуются следующие общенаучные методы:

а) методы логики: анализ (выделение общего признака у единиц в составе текстов англоязычного блога), синтез (объединение указанных единиц в тематически родственные сегменты), индукция (установление связи между текстами анализируемого блога), обобщение (нахождение общих свойств и признаков в системе языка англоязычного трансгуманистического блога);

б) методы статистики: количественные методы (использование числовых данных при ссылке на статистические данные при описании блогов; оперирование усредненными показателями для определения количества использованных источников материала); метод группировки (структурное, типологическое и аналитическое (факторное) разделение особенностей текстов блога по существенным признакам);

в) методы структурной лингвистики: метод компонентного анализа (исследование системных свойств лексических единиц при анализе текстов блога).

Результаты и обсуждение

В связи с широким распространением медийности в самых разнообразных сферах человеческой деятельности наблюдается прирост количества продуктов «сетевого пространства», одним из которых является блог. По статистике технологичной исследовательской компании Mediascope, лидера российского рынка медиаисследований, мониторинга рекламы и СМИ 2018 г., число пользователей интернет-пространства составляет 3 812 564 450 человек. Показатель указанного года на 400 млн больше статистических данных 2016 г. Количество сайтов (они же блоги) составляет 1,3 млрд. Блоггинг продолжает оставаться маркетинговой стратегией № 1 для западных компаний (мнение 45 % маркетологов). Регулярно размещают сообщения в блогосфере 7 млн человек, а более 12 млн – статусы в социальных сетях. По статистике 2019 г., количество посвященных здоровью и медицине сайтов достигло 7 988 единиц. Исследуемые нами блоги с тэгом Anti-aging также принадлежат теме «Здоровье и медицина». Подавляющая часть (около 90 %) анализируемых нами англоязычных блогов с тэгом Anti-aging (а их более 500) содержит в названии тэг Skin и ориентирована в основном на женскую половину населения, имеющую проблемы с кожей. Свидетельством служат названия блогов (Mario Badescu Skin Care Blog, Dr. Harold Lancer Skincare Blog, Under The Skin with Russell Brand, Lily Farm Fresh – Organic Skin Care Blog). Англоязычный трансгуманистический блог SkinTour также направлен на женскую аудиторию, содержит тысячи статей от эксперта в области медицины.

В работе англоязычный трансгуманистический блог SkinTour рассматривается как интернет-жанр. В ходе работы был проведен анализ блога на основе схемы, предложенной Л. Ю. Щипициной, которая выделяет: а) медийные; б) прагматические; в) структурно-семантические и г) стилистико-языковые параметры жанров [14, с. 27–63].

К *медийным параметрам* относятся: 1) оформление жанра; 2) мультимедийность; 3) гипертек-

стуальность; 4) интерактивность; 5) количество и 6) эксплицированность коммуникантов.

1. Англоязычный трансгуманистический блог состоит из нескольких разделов, которые размещены в верхней части блога: *All* (Всё), *Anti-Aging* (Антистарение), *Acne* (Акне), *Fillers & Injectables* (Наполнители и Инъекционные средства), *Lasers* (Использование лазеров), *Body & Hair* (Тело и Волосы), *Diseases & Problems* (Болезни и Проблемы) (рисунки). Следующей строкой предлагаются лучшие продукты по уходу и омоложению кожи, перенаправляя читателя в интернет-магазин. Чуть ниже находится статья по наиболее актуальной на сегодняшний день теме, в данном случае «*Corona virus (Covid-19) and your hands and skin!*» («Коронавирус (Covid-19) и ваши руки и кожа!»). Полотно блога условно разделено на три части (левая, центральная и правая). В центральной части расположены заголовки и первые строки статей в хронологическом порядке – от самых свежих до самых давних. В правом блоке размещены короткие ответы автора блога (Dr. Irwin) на наиболее частые вопросы читателей. В левой части блога располагаются самые интересные в текущем месяце статьи. В центральной части блога размещена специальная вкладка с предложением задать вопрос автору: «*Ask me your skincare question!*» («Задай мне свой вопрос по уходу за кожей!») (рисунки).

2. Тексты статей англоязычного трансгуманистического блога SkinTour реализованы на вер-

бальном и графическом уровнях. Следуя классификации креолизованных текстов Е. Е. Анисимовой, статьи анализируемого блога характеризуются частичной или полной креолизацией [14, с. 32]. Креолизация называется частичной, если между вербальным и графическим элементами возникают автосемантические отношения и графический элемент является лишь сопровождением к тексту. Полная креолизация характеризуется зависимостью между текстом и изображением, когда вербальная часть ориентирована на графическую, текст ссылается на изображение или, наоборот, изображение становится необходимой частью текста.

3. Гипертекст анализируемого блога формируется на основе его структурных элементов – профиля автора, ленты записей (статьи). Например, Е. А. Баженова и И. А. Иванова выделяют внутренний и внешний уровни гипертекста. Внутренний уровень англоязычного трансгуманистического блога SkinTour подразумевает ленты записей, включающие статьи, страницы отдельных записей; внешний уровень исследуемого блога включает страницы внешнего уровня, связанные с блогом SkinTour: Shop (Магазин), Find a doctor (Найти врача), Anti-Aging Tool (Инструменты антистарения), Resources (Ресурсы).

4. Под интерактивностью Л. Ю. Щипицина понимает «во-первых, способность человека активно влиять на содержание, внешний вид и тематическую направленность компьютерной программы

Англоязычный трансгуманистический блог SkinTour

или электронных ресурсов; во-вторых, возможность общаться, высказывая свое мнение и узнавая мнение партнера по общению» [14, с. 36]. В первом понимании интерактивность анализируемого блога реализуется в способности автора вести блог в рамках конкретного блоггового сервиса. Во втором понимании интерактивность блога отражается частично, так как пользователи блога не имеют возможности открыто оставлять комментарии к прочитанным статьям, но все пользователи могут задать вопрос автору, ответ на который будет виден только отправителю вопроса. Таким образом, англоязычный трансгуманистический блог SkinTour является интерактивным косвенно, так как пользователи блога не наделены возможностью комментирования статей, но обмен мнениями между автором и пользователями возможен.

5. Синхронность/асинхронность блога подразумевает частоту и скорость реакции на ту или иную статью, которые отражаются в комментариях. По причине невозможности комментирования исследуемого блога SkinTour данный параметр опускается.

6. Количество и эксплицитность коммуникантов являются классической чертой любого блога, где реализуется несколько типов коммуникации. Во-первых, автор может отвечать на комментарии пользователей, реализуя полиадресатное общение, во-вторых, пользователи могут общаться между собой в комментариях к какой-либо записи (общение каждого с каждым). На эксплицитность автора/читателя влияет степень их анонимности, которая заключена в никнейме, являющемся средством идентификации личности. В рамках анализа англоязычного трансгуманистического блога SkinTour общение пользователей ограничено и может осуществляться только между отдельным интернет-пользователем и автором блога, эксплицитность автора ярко выражена, анонимность в составе никнейма отсутствует.

Прагматические параметры блога подразумевают: 1) характер адресанта; 2) реального и потенциального адресата и коммуникативную цель.

1. Адресантом англоязычного трансгуманистического блога SkinTour является сертифицированный врач Brandith Irwin. В отличие от дневника, блог создан с целью быть прочитанным и рассчитан на отклик читателей.

2. Потенциальными адресатами анализируемого блога считаются постоянные его читатели (женщины, интересующиеся вопросами здоровья и молодости кожи), также ими являются случайные интернет-пользователи.

3. Блог SkinTour в своем содержании выполняет информативную функцию. Согласно результатам исследования, проведенного Б. Нарди, Д. Шиано и

М. Гумбрехтом в 2004 г., основным мотивом автора при создании блога служит стремление информировать читателей о своей деятельности, повлиять на их мнение посредством определенных текстов. В блоге SkinTour автор знакомит читателей со способами решения проблем, связанных со здоровьем кожи: «*After healing, you can apply a silicone-based scar cream or gel (we like Silagen) and sunscreen to help it heal faster...*» («После заживления Вы можете нанести крем или гель для шрамов на основе силикона (нам нравится силаген) и солнцезащитный крем, чтобы помочь ему быстрее зажить...»).

Структурно-семантические параметры блога включают «вертикальное» строение (составляющие жанр, композиционные элементы, например блоки веб-страниц или сообщения форума) и «горизонтальное» строение (особенности развертывания темы и типы тема-рематических прогрессий) [14, с. 172]. «Вертикальное строение» англоязычного трансгуманистического блога SkinTour подразумевает расположенные в хронологическом порядке тексты статей, объединенные общей рубрикой. «Горизонтальное строение» использует для анализа такую особенность, как политематичность и монотематичность. В случае исследуемого блога его тексты посвящены одной теме – *Skin* (Кожа).

Стилистико-языковые параметры блога рассматривают его в системе языковых уровней (фонетико-графических, лексический, грамматический). При анализе блога SkinTour были рассмотрены его особенности на лексическом и грамматическом уровнях.

К лексическим особенностям текстов англоязычного блога SkinTour относятся: 1) названия статей в форме риторических вопросов; 2) характерные термины, а именно лексика, относящаяся к медицинским процедурам; 3) лексика, используемая для номинации самих косметических средств; 4) акронимы; 5) антонимы.

Грамматические особенности англоязычного блога SkinTour представлены широким использованием в текстах блога степени сравнения имен прилагательных.

1. Названия статей даны в форме риторических вопросов: «*What is the difference between RF (radio-frequency) microneedling and microneedling?*» («В чем разница между мезотерапией и радиочастотной мезотерапией?»); «*Which skincare products in which order?*» («Какие продукты по уходу за кожей выбирать и в каком порядке их использовать?»); «*Is your sleeping position causing wrinkles?*» («Провоцирует ли появление морщин ваше положение во сне вызывает морщины?»). Слово *microneedling* представляет собой сложную лексическую единицу, образованную способом сложе-

ния корней (compounding), и в данном случае обозначает косметическую процедуру. Одна из задач профессионалов, отвечающих за содержание англоязычного трансгуманистического блога SkinTour, – привлечь внимание клиента путем написания интересных статей, направленных на продление здоровья и молодости кожи, т. е. на улучшение качества жизни человека, что и является одной из целей трансгуманизма. Читатель знакомится с беспокоящими его темами, и для дальнейшего решения проблемы ему в специальном разделе блога предлагается перейти непосредственно в сам магазин с товарами и услугами. Риторические вопросы, которые по сути уже носят характер утверждения, помогают заинтересовать клиента и направить поток его мыслей в нужное русло.

2. В текстах статей используется специальная лексика косметологической тематики, описывающая проблемы, недуги: *dry skin* (сухая кожа), *dehydrated skin* (лишенная влаги кожа), *sore areas* (проблемные участки), *itchy scalp* (зуд кожи головы), *red bumps* (красные шишки), *keratosis pilaris* (фолликулярный кератоз), *scar* (шрам), *acne* (акне), *sun spot* (солнечное пятно), *skin cancer* (рак кожи), *armpit discoloration* (изменение цвета подмышек), *flakey skin* (шелушающаяся кожа), *whiter patches* (белые пятна), *redness* (краснота), *hyperpigmentation* (гиперпигментация), *nodule/bump* (шишка/синяк) [15].

3. Лексическая палитра текстов статей изобилует терминами, символизирующими косметические средства и процедуры: *filler* (филлер), *collagen* (коллаген), *lifting* (лифтинг), *botox* (ботокс), *disport injections* (инъекции диспорта), *Sculptra treatment* (процедура Скульптра), *massage* (массаж), *hyaluronic acid* (гиалуроновая кислота), *skin tightening* (подтягивание кожи), *platelet rich fibrin matrix* (богатый тромбоцитами фибриновый матрикс), *thermage* (термаж), *general anesthesia* (общий наркоз), *a coffee mask* (кофейная маска), *laser treatment* (лазерное лечение), *titanium dioxide* (диоксид титана), *Bellafill* (беллафилл), *Artefill* (артефилл), *silicone* (силикон) [15]. Большая часть терминов переводится на русский язык способом транскрипции, т. е. звучание слова воспроизводится на языке перевода. Автор прибегает к словосочетанию «существительное + существительное», первое из которых принимает характеристику качества (*a coffee mask*, *laser treatment*) и становится прилагательным.

4. В составе текстов часто используются акронимы, замещающие собой лексические единства, которые состоят из одного и более слов. Приведем примеры двусоставных акронимов: *radiofrequency* (RF) (радиочастота), *hyaluronic acid* (HA) (гиалуроновая кислота), *Coolsculpting* (CS) (кулскалптинг). В текстах анализируемого блога встречаются и

трехсоставные акронимы: *Platelet Rich Plasma* (PRP) (обогащенная тромбоцитами плазма), *Intense Pulsed Light* (IPL) (интенсивный импульсный свет) [15]. Для отражения сложноорганизованных процессов и явлений автор применяет четырехсоставные акронимы: *Polycystic ovary syndrome* (PCOS) (синдром поликистозных яичников).

5. Употребление антонимов в составе заголовков предупреждает читателей от необдуманных поступков путем ознакомления с тем или иным продуктом/услугой [15]: «*Which foundations help or hurt you? 4 ideas!*» («Какие открытия помогают или вредят вам? 4 идеи»); «*Facial massage helpful or harmful?*» («Массаж лица. Польза или вред?»); «*To facelift or not to facelift... that is the question!*» («Делать подтяжку лица или не делать подтяжку лица... Вот в чем вопрос!»).

Для грамматического строя текстов блога SkinTour характерно частое применение степеней сравнения имен прилагательных: «*For sun damage, is laser or microneedling better?*» («Что лучше против вреда от солнечных лучей: лазер или мезотерапия?»); «*What filler is best for filling the nasolabial fold?*» («Какой наполнитель лучше всего подходит для заполнения носогубной складки?»); «*What are the longest lasting fillers?*» («Каковы самые долговечные наполнители?»). Следует отметить, что использование степеней сравнения в заголовках статей встречается гораздо чаще, чем в основном тексте. Из исследованных нами 50 статей, в 10 автор выбрал степени сравнения имен прилагательных, причем в восьми случаях употреблялся суперлатив, а в двух компаратив. Из этого следует, что применение степеней сравнения в заголовках статей составляет 20 %, где 16 % приходится на суперлатив [15].

Заключение

Английский язык блогов – самобытное отражение современного виртуального мира. Благодаря многообразию языкового материала интернет-пространства медиалингвистика представляет собой большое поле для лингвистических исследований. Неоднородность текстов медиасферы диктует особые установки при их языковом анализе. Практика исследования текстов интернет-жанров должна проводиться с целью фиксирования новых лексических, грамматических, стилистических и других особенностей медийного репертуара английского языка.

Выделенные группы лингвистических явлений демонстрируют разнообразие языковых форм блога и ставят его на одну ступень с другими речевыми жанрами. Терминологический аппарат, акронимы, суперлативы и компаративы, вертикальная структура – все это говорит о том, что в скором

времени блог как способ общения сможет полностью заменить «живое» коммуникативное взаимодействие между людьми. Его языковые параметры отвечают всем реалиям социальной жизни XXI в. Для человека «нового образца», ячейки трансгуманистического общества, стремящейся к здоровой, качественной и вечной жизни, блог как форма об-

щения идеально подходит по всем параметрам (трансгуманистический блог для трансчеловека).

Таким образом, блог представляет собой абсолютно новую форму взаимодействия между членами трансгуманистического общества, имеющую свою организацию, структуру и языковые признаки.

Список литературы

1. Загурская Н. В. Постчеловек: положение человеческого существа в ситуации после постмодерна // Человек постсоветского пространства: сб. материалов конф. / под ред. В. В. Парцвания. СПб., 2005. № 3. С. 245–250.
2. Bostrom N. A history of transhumanist thought // Journal of Evolution and Technology. 2005. Vol. 14 (1). P. 1–25.
3. Гречкина Е. В. Трансгуманизм – мировоззрение XXI века или цивилизационная угроза человечеству // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 8. С. 34–37.
4. Блохин Н. Н. Кожная пластика. М.: Медгиз, 1955. 227 с.
5. Меррель Олесен Р., Мари Б., Олесен В. Пластическая хирургия для «чайников». М.: Вильямс, 2007. 288 с.
6. Eden A. H., Moor J. H. Singularity hypotheses: A Scientific and Philosophical Assessment (eds). Dordrecht: Springer, 2012. 440 p.
7. Ульянов В. А. Постгендерная характеристика виртуального: генезис андрогинности // Вестн. Воронежского гос. ун-та. 2012. № 2. С. 158–171.
8. Турчин А. В., Батин М. А. Футурология. XXI век: бессмертие или глобальная катастрофа? М.: Лаборатория знаний, 2017. 290 с.
9. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М.: МГУ, 2008. 203 с.
10. Матюхина М. В. Интернет-блог как представитель компьютерного и медиадискурса // Научный журнал «Современные лингвистические и методико-дидактические исследования». 2019. № 3 (43). С. 118–128.
11. Ефимов Е. Г., Небыков И. А. Блоги как вид социальных сетей (гендерные аспекты) // Известия Волгоградского государственного технического университета. 2012. № 2 (17). С. 119–123.
12. Рахвалова Н. А. Блогосфера как средство выражения молодого человека // Вестн. Бурятского гос. ун-та. 2010. № 14. С. 91–95.
13. Баженова Е. А., Иванова И. А. Блог как Интернет-жанр // Вестн. Пермского ун-та. 2012. № 4 (20). С. 125–131.
14. Щипицина Л. Ю. Жанры компьютерно-опосредованной коммуникации. Архангельск: Помор. ун-т, 2009. 238 с.
15. SkinTour: skin care blog. URL: <https://www.skintour.com> (дата обращения: 14.02.2020).

Матюхина Мария Викторовна, аспирант, Национальный исследовательский Томский государственный университет (пр. Ленина, 36, Томск, Россия, 634050). E-mail: matyukhina.mariya@mail.ru

Материал поступил в редакцию 21.04.2020.

DOI 10.23951/1609-624X-2020-4-30-37

SPECIAL FEATURES OF THE TEXTS ON THE BASIS OF TRANSHUMANISTIC ENGLISH-LANGUAGE BLOG “SKINTOUR”

M. V. Matyukhina

National Research Tomsk Polytechnic University, Tomsk, Russian Federation

Introduction. The idea of Superman was more relevant than ever at the turn of the last Millennium. Echoes of thoughts about the existence of a “special” omnipotent person of the new era are found in the philosophical concept of transhumanism, aimed at improving the quality and prolonging the life span, as well as at preventing aging and death. The concept of transhumanism is considered not only as a philosophical concept, but also as a world organization. The ideas of transhumanism are embodied in texts dedicated to prolonging the life and preserving the youth of a person, including in Internet texts. With the wide spread of media in all spheres of life, the development of linguistics has reached a new stage – a new branch called media linguistics has been born. The object of the analysis of the new direction is one of the key concepts of media linguistics – an Internet blog, which is an Internet genre, which is a network space of a certain topic and contains relevant information content (texts, images, multimedia). The chosen model of blog analysis as an Internet genre highlights media, pragmatic, structural-semantic, and stylistic-language parameters. As part of the analysis of this work, the stylistic and linguistic features of the English-language blog “SkinTour” are: specific names of articles in the form of rhetorical questions, characteristic lexical units (medical procedures), the vocabulary used for nominating cosmetics themselves; acronyms, antonyms, the degree of comparison of adjectives.

Material and methods. The material basis of the research was the author’s research corpus of texts of the English-language blog “SkinTour”, from which 50 authentic articles were selected. In the theoretical part of the study, the

concepts of transhumanism, blogging and Internet genre are described; the analysis of the material base allowed to synthesize the obtained segments of scientific facts and knowledge accumulated by previous generations and contemporaries; the parameters of the analysis were systematized. In the practical part of the work, the lexical and grammatical content of the texts of the English-language transhumanist blog "SkinTour" is analyzed.

The methodological basis of the work is a systematic approach, the following General scientific methods are implemented: analysis, synthesis, induction, generalization (methods of logic); quantitative methods, grouping method (methods of statistics); method of component analysis (methods of structural linguistics).

Results and discussion. Due to the wide spread of media in a wide variety of areas of human activity, there is an increase in the number of products of the "network space", one of which is the Internet blog (hereinafter: blog). The vast majority (about 90 %) analyzed English-speaking blogs tagged "Anti-aging" (more than 500) contains in the title the tag "Skin" and focused mainly on the female half of the population that seeks to care for problem skin. The English-language transhumanist blog "SkinTour" is also aimed at a female audience, containing thousands of articles from an expert in the field of medicine. In the process of analysis, media, pragmatic, structural-semantic and stylistic-language parameters of a blog as an Internet genre are highlighted. As part of the analysis of stylistic and language parameters, the content of the English-language transhumanist blog "SkinTour" is represented by the following features: lexical features: article titles in the form of rhetorical questions; frequent use of terms denoting medical procedures and cosmetics; acronyms; antonyms; grammatical features: the degree of comparison of adjectives.

Conclusion. The English language of blogs is an original reflection of the modern virtual world. Due to the variety of language materials in the Internet space, mediallynguistics is a large field for linguistic research. Heterogeneity of texts in the media sphere is the key to the diversity of analysis of transhumanistic blogs. The practice of studying texts of Internet genres should be carried out in order to fix new lexical, grammatical, stylistic and other features of the media repertoire of the English language.

Keywords: *transhumanism, blog, media linguistics, transhumanistic blog, English-language transhumanistic blog, lexical features, grammatical features.*

References

1. Zagurskaya N. V. Postchelovek: polozheniye chelovecheskogo sushchestva v situatsii posle postmoderna [Posthuman: the position of a human being in a postmodern situation]. *Chelovek postsovetetskogo prostranstva: sbornik materialov konferentsii* [The man of the post-Soviet space: conference proceedings]. Ed. V. V. Partsvaniya. Saint Petersburg, 2005, no. 3, pp. 245–250 (in Russian).
2. Bostrom N. A history of transhumanist thought. *Journal of Evolution and Technology*, 2005, vol. 14 (1), pp. 1–25.
3. Grechkina E. V. Transgumanizm – mirovozzreniye XXI veka ili tsivilizatsionnaya ugroza chelovechestvu [Transhumanism – the worldview of the XXI century or the civilizational threat to humanity]. *Gumanitarnye, sotsial'no-ekonomicheskiye i obshchestvennyye nauki – Humanities, Social-economic and Social Sciences*, 2015, no. 8, pp. 34–37 (in Russian).
4. Blokhin N. N. *Kozhnaya plastika* [Skin plastic surgery]. Moscow, Medgiz Publ., 1955. 227 p. (in Russian).
5. Olesen Merrel R., Olesen Marie B. V. *Cosmetic surgery for "dummies"* (Rus. ed.: Olesen Merrel' R., Olesen Mari B. V. *Plasticheskaya khirurgiya dlya "chaynikov"*). Moscow, Williams Publ., 2007. 288 p.).
6. Eden A. H., Moor J. H. *Singularity hypotheses: A Scientific and Philosophical Assessment* (eds). Dordrecht: Springer, 2012. 440 p.
7. Ulyanov V. A. Postgendernaya kharakteristika virtual'nogo: genezis androginnosti [Postgender characteristics of the virtual: genesis of androgyny]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta – Proceedings of Voronezh State University*, 2012, no. 2, pp. 158–171 (in Russian).
8. Turchin A.V., Batin M. A. *Futurologiya. XXI vek: bessmertiy ili global'naya katastrofa?* [Futurology. XXI century: immortality or global catastrophe?]. Moscow, Laboratoriya znaniy Publ., 2017. 290 p. (in Russian).
9. Dobroklonskaya T. G. *Medialingvistika: sistemnyy podkhod k izucheniyu yazyka SMI* [Metalinguistics: a systematic approach to the study of language media]. Moscow, Moscow State University Publ., 2008. 203 p. (in Russian).
10. Matyukhina M. V. Internet-blog kak predstavitel' komp'yuternogo mediadiskursa [Internet blog as a representative of computer and media discourse]. *Nauchnyy zhurnal sovremennye lingvisticheskiye i metodiko-didakticheskiye issledovaniya – Scientific Newsletter "Modern Linguistic and Methodical-and-Didactic Researches"*, 2019, no. 3 (43), pp. 118–128 (in Russian).
11. Efimov E. G., Nebykov I. A. Blogi kak vid sotsial'nykh setey (gendernye aspekty) [Blogs as a type of social networks (gender aspects)]. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta*, 2012, no. 2 (17), pp. 119–123 (in Russian).
12. Rakhvalova N.A. Blogosfera kak sredstvo vyrazheniya molodogo cheloveka [The blogosphere as a means of expression of a young man]. *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2010, no. 14, pp. 91–95 (in Russian).
13. Bazhenova E. A., Ivanova I. A. Blog kak Internet-zhanr [Blog as an Internet genre]. *Vestnik Permskogo universiteta – Perm University Herald*, 2012, no. 4 (20), pp. 125–131 (in Russian).
14. Shipitsina L. Yu. *Zhanry komp'yuterno-oposredovannoy kommunikatsii* [Genres of computer-mediated communication]. Arkhangel'sk, PomorSU Publ., 2009. 238 p. (in Russian).
15. *SkinTour: skin care blog*. URL: <https://www.skintour.com> (accessed 14 February 2020).

Matyukhina M. V., postgraduate student, National Research Tomsk State University (ul. Lenina, 36, Tomsk, Russian Federation, 634050). E-mail: matyukhina.mariya@mail.ru