

*Иванова Н. Г.*  
*старший преподаватель,*  
*Алдакимов Д. А.*  
*студент гр. МКН-21-1*

*Донбасский государственный технический институт, г. Алчевск, ЛНР*

## **БЛОГ И БЛОГЕРСТВО В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

На современном этапе перехода от постиндустриального общества к информационному, где активно развиваются информационно-коммуникационные технологии, свободный доступ к сети Интернет и понятие «информация» приобретает новое значение, порождает новые общественные отношения, а также присущие этим виртуальным отношениям субкультуры. Ученые из разных областей знаний уделяют данному процессу много внимания. Так, в области лингвистики можно утверждать о формировании такой дисциплинарной парадигмы как «Лингвистика Интернета» [1], *netlingo/e-talk/weblish/netspeak* [2, 3].

В сферу анализа попадают лингвистические особенности интернет-коммуникации на разных языковых уровнях: морфологическом, лексическом, текстовом, коммуникативном и т. д. Коммуникативное пространство Интернета формирует благоприятную среду для возникновения и функционирования межкультурной коммуникации через разнообразные интернет-жанры, которые становятся объектом языковедческих исследований — прежде всего ввиду изменений, которые претерпело понятие «жанр» в этой информационной среде, в частности, изменение прагматических установок и целей участников коммуникативной ситуации, акцент на явлении языковой личности, которая представляет себя в виртуальном пространстве посредством использования той или иной жанровой формы.

Возникновение новых и изменения уже существующих жанров отражают трансформации, которые происходят в обществе и свидетельствуют о его развитии и модернизации. Учитывая это, исследование такого распространенного жанра интернет-коммуникации, как блог и сам феномен растущей популярности блогерства в контексте межкультурной коммуникации приобретает все большую актуальность на современном этапе.

Понятие «блог» неоднократно привлекало внимание различных исследователей, в частности, как средство журналистской коммуникации [4], как форма влияния на общественное мнение или как средство индивидуального самовыражения. Исследователи анализировали психологические механизмы существования блогов, их языковые [5] и гендерные [6] особенности.

Коммуникативная среда Интернета способствует интенсивному развитию самых разных жанров, а анализ научных концепций свидетельствует, что поиск общих признаков для их классификации все еще продолжается. Проблема в том, что интернет-коммуникация как составляющая межкультурной коммуникации — это сложная поликодовая система, в которой язык кодирует только один из потоков информации. Интернет-жанр является многоуровневой поликодовой системой, на которую влияют различные факторы: частота обновления информации, интерактивность среды, адресат, личность автора и т. д. Границы интернет-жанров также достаточно подвижны и размыты и часто один и тот же материал считают не просто жанром, а элементом гипержанра.

Так, веб-сайт является гипертекстовым образованием, включающим различные жанровые форматы интернет-коммуникации, направленные на создание образа организации или личности через гипертекстуальность, мультимедийность и интерактивность композиционных единиц электронного контента [7]. В связи с этим жанр в интернет-коммуникации можно рассматривать как устойчивую модель речевой деятельности, которая опосредована компьютером и специальными сетями с присущими специфическими чертами коммуникативного характера и предназначена для реализации конкретного намерения пользователя.

Различают несколько популярных интернет-жанров, среди которых веб-сайт, электронная газета/журнал, электронное письмо, блог, форум, чат и т. д.

Рассмотрим подробнее такой популярный интернет-жанр современного этапа межкультурной коммуникации, как блог. Блог — это веб-сайт, который ведет индивид. Он содержит регулярные записи или посты, с комментариями, описаниями событий, экспертной информацией, саморефлексией индивида или другими материалами, такими как графики, фото- и видеоконтент. Посты обычно отображаются в обратном хронологическом порядке. Некоторых блогеров можно сравнить с гражданскими журналистами — лицами, которые собирают, анализируют и публикуют информацию, не имея должной профессиональной журналистской подготовки. Блогерство оказывает значительное влияние на современное общество, и предсказать траекторию его дальнейшего развития весьма проблематично. Стало модным выставлять напоказ всю свою жизнь («показывать life»), а желание стать популярным, зарабатывать большие деньги является двигателем блогерства и делает его еще более массовым.

Среди прагматических характеристик блога следует выделить, прежде всего, наличие адресата (автора блога) и адресанта (или фолловеров — реальных людей, которые следят и реагируют на сообщения блогера). Намерение адресата подразумевает коммуникативно-прагматическую направленность этого жанра.

Блоги по своей сути являются полифункциональными. Их коммуникативная функция в контексте межкультурной коммуникации заключается в трансляции сообщения большому количеству пользователей Интернета и многовекторной коммуникации со своими подписчиками. Любой блог несет информацию о личности автора, поэтому выполняет и функцию саморепрезентации. Блоги также являются источником развлекательного контента: ведение, просмотр и комментирование блогов являются частью нашего досуга. Социальные сети, на которых размещают блоги, играют ведущую роль в межкультурной коммуникации, т. к. объединяют десятки тысяч пользователей со всего мира, среди которых можно найти знакомых, людей с подобными вкусами и предпочтениями, выполняя при этом и функцию социализации.

Блог как место фиксации важной информации или жизненных событий выполняет аккумулятивную функцию, а его психотерапевтическая функция состоит в том, что служит выражению эмоций и, например, помогает выйти из негативного психического состояния, благодаря ответным положительным комментариям или комментам. Исследователи указывают также на просветительскую функцию блогов, которые содержат обучающую информацию (в основном блогеры — это преподаватели, маркетологи, тренеры и психологи). Функцию продвижения товаров и услуг имеют блоги магазинов: они могут отслеживать реакцию аудитории на товары, взаимодействовать с клиентами, рекламировать услуги и т. д. Такая разная функциональная направленность блогов свидетельствует об отличиях в намерениях/цели адресата и его отношениях с адресантом, что приводит к появлению жанровых разновидностей блога. Разновидности блогов зависят от того, какое направление выбрал автор, какую платформу использует, какие виды публикаций размещает.

Так, по авторскому признаку различают персональные (личные), корпоративные, «призрачные» (от имени неизвестного автора) блоги. По виду используемого в блоге мультимедийного контента — текстовые, фотоблоги, музыкальные, видеоблоги, подкасты, блог-касты, а по технической основе — блог на отдельной платформе и блог на блог-платформе. По тематике блогов различают тематические (кулинария, мода, спорт и др.) блоги и блоги общей темы. Имея собственные цели, каждый блогер выбирает собственную стратегию, но всех объединяет желание найти свою аудиторию и увеличивать ее.

Оформление или интерфейс блога, его структурно-композиционные элементы дают возможность отличить его от других жанров интернет-коммуникации. Этими элементами являются профиль, основная страница, страница отдельной записи/поста и лента друзей.

Разновидности и разное функциональное направление блогов отражаются и на их семантико-стилистических особенностях. Семантическое единство блога во многом обусловлено целями и приоритетами его автора, однако, независимо от содержания записей, лента имеет одинаковую структуру и организована по хронологическому принципу.

Тексты блогов являются авторскими произведениями. Поскольку они связаны по содержанию, их всех следует рассматривать как единственное интерактивное произведение, в основном написанное в литературно-публицистическом стиле.

Наличие Интернета позволяет жанру существовать, развиваться и обогащать свой мультимедийный контент: тексты, аудио, видео и графические приложения, и реализовывать таким образом свою обязательную характеристику как интернет-жанра — интерактивность.

Дальнейшее изучение феномена блога и блогерства лежит в направлении когнитивных и лингвокультурологических исследований, поскольку жанр отражает мировосприятие виртуальных сообществ, а тексты блогов отражают язык различных социальных групп современного общества.

### Список литературы

1. Горошко, Е. И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете / Е. И. Горошко // *Жанры речи*. — Саратов: Наука, 2009. — Вып. 6. — С. 11–27.
2. Crystal, D. *Language and the Internet* / D. Crystal. — Cambridge : Cambridge University Press, 2001. — 216 p.
3. Thurlow, C. *The Internet and Language. Concise Encyclopedia of Sociolinguistics* / C. Thurlow. — Elsevier, 2001. — P. 24.
4. Кожемякин, Е. А. Блоги как средство журналистской коммуникации / Е. А. Кожемякин, А. А. Попов // *Гуманитарные науки*. — 2012. — № 6 (125). — Вып. 13. — С. 148–154.
5. Nowson, S. *The language of weblogs: a study of genre and individual differences* / S. Nowson. — University of Edinburg, 2006. — P. 279.
6. Martin, L. *Language and Gender in Blogs. Critical Discourse Analysis: Theory and Interdisciplinarity* / L. Martin // In Weiss and Wodak (eds.). — Palgrave Macmillan, 2015. — P. 241–271.
7. Щипицина, Л. Ю. Комплексная лингвистическая характеристика компьютерно-опосредованной коммуникации (на материале немецкого языка) : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.04 / Щипицина Лариса Юрьевна ; Воронеж. гос. ун-т. — Воронеж, 2011. — 446 с.