**Блог как жанр интернет-коммуникации**

Боброва Маргарита Евгеньевна

Студентка Новосибирского государственного технического университета, Новосибирск, Россия

Интернет-коммуникация стала способствовать возникновению новых жанров, таких как чаты, форумы, мессенджеры, электронная почта, компьютерные конференции и другие. Данная работа посвящена изучению блога как жанра интернет-коммуникации. Объектом исследования является интернет-коммуникация, под которой понимается коммуникативное взаимодействие в сети Интернет, а предметом исследования – блог как жанр интернет-коммуникации. Цель исследования состоит в выявлении и описании жанровых признаков блога как явления интернет-коммуникации. В качестве материала исследования были взяты последние записи из 30 наиболее популярных и авторитетных русскоязычных частных блогов, находящихся на платформе livejournal.com, по версии веб-сайта yandex.ru. Из каждого блога брались последние по времени написания записи, расположенные на первой (главной) странице. Количество таких записей в отдельных блогах выборки варьируется от 3 до 50. Общее количество исследуемых записей составило около 700 ед.

Определяя интернет-коммуникацию как коммуникативное взаимодействие носителей языка, в работе мы рассматриваем интернет-коммуникацию как новую, относительно самостоятельную форму речи, синтезирующую признаки письменной и устной (разговорной) речи. Вследствие этого в исследовании последовательно разводятся понятия «речевой жанр» и «интернет-жанр». Полагая, что субстрат текста (высказывания) является жанрообразующим признаком (Н.Б. Лебедева), мы рассматриваем блог как интернет-жанр. За основу описания блога как явления интернет-коммуникации нами взята модель интернет-жанра, предложенная Е.И. Горошко и Е.А. Жигалиной и предполагающая описание блога по следующим параметрам: коммуникативная цель, концепция адресанта, концепция адресата, событийное содержание, фактор коммуникативного прошлого, фактор коммуникативного будущего, формальная структура и лингвистический дизайн.

По результатам исследования мы выявили несколько функций блога по коммуникативной цели: информативную (главная цель – информировать читателя о произошедших событиях), эмотивную (главная цель – выразить личные эмоции по поводу какого-либо события), конативную (главная цель - инициировать читателя на общение), когнитивную (главная цель – в процессе письма разобраться в проблеме/непонятной ситуации).

Исследование позволило выявить несколько типов адресанта блога: информатора (информирует о событиях), комментатора (комментирует события), коммуникатора (инициирует на общение) и агитатора (подталкивает к действию).

Для описания блога по параметру «концепция адресата» мы проанализировали комментарии к нему. Анализ комментариев позволил нам выделить адресатов, которые стремятся дополнить исходный текст фактами («реалист»), которые указывают на совершенную автором в тексте ошибку («ортолог»), которые выражают мнение о прочитанном тексте (положительное, отрицательное, нейтральное) («эгоцентрик»), а также тех, которые, что называется, «пиарятся» в комментариях, попросту оставляя в них ссылки на свои блоги, или же страницы в социальных сетях («пиарщик»).

По параметру событийного содержания мы выявили наиболее частотные темы, которые затрагиваются в блогах, а именно: политика (затрагиваются события, которые имеют прямое отношение к политической жизни страны и мира, ведется речь о политиках и их действиях), культура (анонсы культурных событий на городском, региональном, российском и мировом уровнях, рецензии на театральные постановки, выставки, кинофильмы и тому подобное), путешествия (отчеты о путешествиях, проделанных авторами блогов) и развлечения (размышления, смешные случаи из жизни, описание новой настольной игры и тому подобное).

Анализ блогов по фактору коммуникативного прошлого позволил выделить блоги инициальные (начинают общение) и блоги реактивные (продолжают общение), внутренне дифференцирующиеся на блоги-«ответы» (ответная реакция на какое-либо событие/другую запись в блоге/реплику кого-либо), блоги-«отказы» (отказ в совершении какого-либо действия/отказ согласиться/опровергнуть чье-либо мнение), блоги-«согласие» (согласие на просьбу, согласие с мнением кого-либо) и блоги-«опровержение» (опровержение какого-либо факта/мнения, имеющего место быть ранее).

При описании фактора коммуникативного будущего, мы опирались на то, что любой комментарий носит ответный характер и отражает прагматическую интерпретацию блога, вследствие этого стало возможным выделить ретроспективно-ориентированные блоги, проспективно-ориентированные блоги и блоги, ориентированные на локальную ситуацию «здесь и сейчас».

Отличия в формальной структуре различных блогов напрямую зависит от функции, которую преследует автор блога. В блогах с информативной функцией структура текста стремится к структуре новости: общая информация в первом абзаце, подробности во втором и «то, без чего можно обойтись, но с этим интересней» в третьем и последующих. Коммуникативная функция блогов наделяет текст блог-записи вопросами, повелительным наклонением глаголов и обращениями. Блоги с эмотивной и когнитивной функцией имеют нестройную структуру, так как наиболее близки к личному дневнику.

По признаку лингвистического дизайна все блоги делятся на две группы: написанные в разговорном стиле или в официальном.

Выявленная жанровая вариативность блогов может свидетельствовать об их лингвоперсонологической обусловленности, то есть детерминированности типом языковой способности носителя языка. В перспективе планируется выявить ядерные и периферийные жанрообразующие признаки блога как явления интернет-коммуникации.