

## ТРАНСФОРМАЦИЯ «ОБРАЗА АВТОРА» В БЛОГЕ КАК ОТРАЖЕНИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНО ОБУСЛОВЛЕННОЙ ЖАНРОВОЙ ДИНАМИКИ БЛОГОСФЕРЫ (НА ПРИМЕРЕ БЛОГОВ, РЕАЛИЗУЮЩИХ ПОЛИТИЧЕСКУЮ ТЕМАТИКУ)

*Статья написана при финансовой поддержке РГНФ/РФФИ и Администрации Томской области в рамках научного проекта № 15-14-70004.*

Современное медийное интернет-пространство, дающее возможность свободного комментирования актуальной «повестки дня» и чтения мнений авторитетных экспертов, стало идеальной площадкой для реализации медийных интенций, что привело к трансформации жанра блога. В данной статье на материале блогов, реализующих политическую тематику, рассматриваются типы образа автора как составляющие жанровой модели, созданной Т.В. Шмелёвой. Их формирование определяется функциональными изменениями блогосферы, с одной стороны, и возможностью использования ее новых функций для реализации различных субъектных интенций – с другой.

**Ключевые слова:** блогосфера; жанровая динамика; социолингвистика; политика; жанровая интенция.

Данная статья обращена к проблеме социокультурной заданности динамики речевых жанров. В качестве жанра, подвергающегося обозначенной трансформации, рассматривается речевой жанр блога.

Цель работы – проанализировать развитие речевого жанра блога в его обусловленности социально заданным параметром – типом блогера, который в жанровом аспекте выражается в специфике «образа автора» (как одного из компонентов жанровой модели, созданной Т.В. Шмелёвой [1]).

В процессе своего становления жанр блога под влиянием социальной динамики оформляется как гипержанр [2], конкретные жанровые формы которого зависят от состояния блогосферы как коммуникативной сферы, выполняющей определенную социальную функцию и её функционального положения в системе интернет-общения в целом. В предыдущих работах [3, 4] мы выделили этапы развития блогосферы, на каждом из которых меняется социальная функция блога как речевого жанра. В рамках этого процесса меняется и тип блогера, что соответствует динамике жанровой интенции.

Проблема типологии автора текста (как типовой языковой личности (ЯЛ)) ставится в рамках лингвоперсонологии (работы Н.Д. Голева, О.А. Носковой, С.В. Оленева и др.), в том числе на медийном материале [5–8 и др.]. В рамках исследований интернет-дискурса принято говорить о виртуальной ЯЛ, под которой понимается «языковая личность, погруженная в ситуацию общения в виртуальной реальности» [9]. Непосредственно языковая личность блогера исследуется в работах А.А. Калашниковой [10], О.М. Елькиной [11] и др. В данной статье тип автора текста рассматривается в аспекте наличия у него социальной потребности обращения к гипержанру блога, с одной стороны, и выбора конкретной жанровой формы блога – с другой.

Ключевым параметром, определяющим специфику жанрового текста, является жанровая интенция (согласно модели Т.В. Шмелевой [1]). Для блогосферы характерно активное развитие медийных интенций, осуществляющееся в процессе поэтапного перехода от обслуживания коммуникативных интересов меж-

личностного общения знакомых в оффлайне пользователей к взаимодействию широкого круга разнообразных пользователей Интернет, что выражается в трансформации жанровой интенции.

Рассмотрим, какие социально обусловленные показатели динамики блогосферы на разных этапах ее развития оказывают влияние на жанровые интенции блога и приводят к их трансформации. Выделим этапы развития жанра блога, на каждом из которых он получает определенную интенциональную специфику.

На **первом этапе** жанр блога представляет собой блог-дневник, сохранивший интенции «классического» бумажного дневника и предназначенный в основном для чтения знакомыми в оффлайне пользователями. Это отражается на его тематике (выстраивающейся в основном вокруг деятельности конкретной личности – автора блога – и отражающей его «внутреннюю жизнь»), на форме ее представления (описание конкретных действий, ощущений, саморефлексий, презентующих внутреннюю жизнь личности).

На **втором этапе** интенции интернет-общения начинают перераспределяться. Личностные интенции перемещаются в соцсети – появляются новые социальные ресурсы, трансформируется привычный формат блога – возникают микроблоги (Twitter) и блогистены (Facebook, ВКонтакте), что становится социальным фактором развития интернет-пространства, его диверсификации и перераспределяет аудиторию. Блогосфера активно трансформируется.

Дневниковая основа блога уходит на периферию, а на передний план выступает ориентация на читательское внимание и признание, появляются популярные блогеры (блогеры-тысячники), которые становятся авторитетными фигурами как в блогосфере, так и в оффлайне.

Блогосфера начинает восприниматься интернет-сообществом и вне его уже как социальная сила, моментально реагирующая на произошедшие события и способная выступать единым фронтом. Осознание блогосферы как единого сообщества проявляется сначала через групповую идентификацию (возможность которой предоставляется спецификой жанра), что подтверждается выработкой общих жанровых правил

речевого взаимодействия (например, мемов – «превед», «медвед», «лытдыбр» и пр.), затем – через формирование функции управления массовыми действиями в оффлайне.

Все это способствует активному проникновению в блогосферу СМИ-интенций, определяющих трансформацию жанра блога и формирование в нем признаков жанров СМИ.

Изменения **третьего этапа** (выделяемого нами приблизительно с 2011 г.) связаны с окончательной трансформацией блоговой дневниковости в публичное пространство с большим количеством обсуждений резонансных событий, для которых необходима площадка для реализаций откликов, мнений, выражения протестных настроений, реализующихся в блоге.

В настоящее время молодежная аудитория в большинстве своём переключилась на новые ресурсы, а средний портрет блогера сменился: в 2009 г. это «москвичка 22 лет», в 2015 г. – «мужчина от 25 до 34 лет» [12, 13]. Возрастные характеристики соотносятся, в свою очередь, с социальными: сегодняшние блогеры, как правило, имеют высшее образование, проживают в больших и средних городах, большинство уже имеет семью. Смена аудитории (и, следовательно, смена её интересов) плюс удобство формата записи и относительная свобода от официальной цензуры сделали блоги ЖЖ-платформы подходящей площадкой для реализации интересов социально заинтересованной аудитории. Это проявляется в активном проникновении новых социально значимых тем, их представлении с позиции не только отдельной личности, но и заинтересованного представителя социальной группы.

Новый тип блогеров – как авторов, стремящихся к медийной популярности, – определяет особую тематическую специализацию блогосферы, отражающую круг их социальных интересов и позволяющую реализовать указанное стремление. Одной из наиболее широко представленных в современной блогосфере тем (наряду с кулинарной, туристической и др.) является политическая тематика. Обратимся к блогowym текстам, реализующим политическую тематику (материал исследования – наиболее популярный сервис «Живой Журнал» – Livejournal.com).

Активное проникновение в блогосферу политической тематики отвечает новым жанровым интенциям блогосферы, связанным с развитием СМИ-интенций и использованием дневниковой основы блога (взгляд на мир с точки зрения конкретного частного лица) в процессах публичного самопозиционирования авторов блогowego текста.

Обращение блогеров к политике реализуется не только в рамках интенций, интерпретирующих социально значимое политическое содержание в личностном аспекте (позиции «обыденного политика», взгляд с точки зрения «наивной (обыденной) политологии» [14–16], что, в целом, не выходит за рамки личностно-ориентированных дневниковых стратегий), но и в рамках институционально заданных интенций, интерпретирующих политическое содержание с позиции профессионального политика.

При исследовании блогowych текстов мы ориентируемся на модель анализа, предполагающую дифференциацию: 1) типа блогера как конкретного участника интернет-общения; 2) типа его самопозиционирования – как результат моделирования образа автора блога, определяемый его субъектной интенцией; 3) типа образа автора – как результат воплощения определенной речевой стратегии самопозиционирования (реализации субъектной интенции в особой жанровой форме).

Для типа блогера **«непрофессиональный политик»** блогосфера становится площадкой, на которой можно обсудить действия «профессиональных» политиков и текущие политические события: появляется возможность выговориться без цензуры (при желании – анонимно), не неся за свои слова официальной ответственности. Динамика блоговой тематики коррелирует с отмеченными исследователями социальными тенденциями: «Сокращение всей сферы публичной политики (отмена всенародных выборов губернаторов, запрет критики оппонентов во время выборов, отмена порога явки избирателей, недопущение к выборам некоторых оппозиционных партий и т.д.); переход к преимущественно кулуарному, по линии бюрократической «вертикали», решению ключевых политических вопросов способствовал «выдавливанию» критически мыслящих людей, имеющих активную гражданскую позицию, в сферы, пока еще не столь жестко контролируемые властью, в частности в сферу интернет-блогов. Последние стали своего рода “виртуальной кухней”, где люди еще могут обсуждать то, что хотят, и говорить то, что думают» [17]. Таким образом, можно сказать, что «политический бум» в российских блогах помимо институционализации СМИ и усиления процессов их государственного регулирования обусловлен также и централизованной и гибкой системой российской политической блогосферы и фактором отсутствия в ней цензуры.

Реализация институциональных интенций в жанровой форме блога привлекает **«профессиональных политиков»** возможностью обращения к широкому «политическому электорату», что определяется увеличением читательской аудитории блогосферы, с одной стороны, и изменением ее портрета – с другой. Трансформация от личностной ориентированности блога к развитию социально ориентированных интенций, определяющих распространение социальной тематики, происходит на основе медийности. Блоги наряду с печатными СМИ дают читателю удобный доступ к интересующей информации, а автору – инструмент, способный влиять на сознание аудитории благодаря читательскому доверию, сформированному предыдущими текстами, т.е. блоговой репутацией автора журнала. Воплощение блогом различных социальных функций делает его мощным средством в организации и поддержании не только социальных коммуникативных практик, но и политтехнологий.

Таким образом, в результате динамических изменений в блогосфере к рассматриваемой теме в блоге обращаются как профессиональные политики, так и непрофессионалы (не-политики). При этом они позиционируют себя всевозможным образом, реализуя

различный образ автора в жанровом тексте. Самопозиционирование при обращении к политической тематике зависит от характера его конкретной субъектной интенции, реализующей его позицию в структуре политических отношений. Если говорить о блоге как гипержанре, то оказывается, что при любом типе самопозиционирования реализуется единая гипержанровая интенция, позволяющая за счет публичности, с одной стороны, и дневниковости – с другой, завоевывать все больше читательское внимание. При этом выбор блогером темы своего журнала предполагает его уверенность в том, что ему есть что сказать по данной теме. Но если для профессионального политика выбор темы связан с реализацией институционального статуса, то для блогера-«не-политика» это результат позиционирования себя как знатока в данной области, «внешнего эксперта».

Выделим основные типы такого самопозиционирования, реализующие при этом соответствующие интенции и использующие различные стратегии их реализации: 1) «внешние эксперты» в политической проблематике – позиция, реализуемая блогерами-«не-политиками»; 2) профессиональные (известные в оффлайне) политики, позиционирующие свой профессиональный политический статус.

Указанные типы самопозиционирования предполагают разные стратегии их текстовой (блоговой) реализации. В их основе – конкретные собственно-политические интенции авторов текста. Эти разные стратегии соответствуют различным жанровым типам блога в рамках гипержанра.

Рассмотрим, какие основные образы авторов (как компонент реализации жанровой стратегии) используют выделенные типы блогеров при реализации различных видов самопозиционирования.

**1. «Непрофессиональные» политики, создающие образ «внешнего эксперта» в политической проблематике.** При общем стремлении к блоговой популярности (характерном для блогеров любого типа) и внешнем по отношению к политике самопозиционировании (допускающем критику от лица рядовых членов общества), «внешние эксперты» в политической проблематике обнаруживают различия в субъектных интенциях такого самопозиционирования, выраженные в разных перспективах использования блоговой популярности.

На основании специфики субъектной цели, определяющей характер самопозиционирования, выделим следующие **типы самопозиционирования «внешних экспертов».**

*1а) Блогер-«внешний эксперт», для которого блоговая популярность является конечной целью, а выбор политической проблематики – средством ее достижения.*

В его текстах отсутствуют призывы к активным действиям, но в негативно-оценочном аспекте обращается общественное внимание на тот или иной факт, связанный с политикой.

Реализация цели такого типа предполагает использование блогосферы в качестве площадки для поиска единомышленников и самореализации. Автор выби-

рает оценочные жанры, его деятельность, в основном, сводится к репостам ссылок на новостные сообщения, фотографии или видео, которые потом снабжаются комментарием автора. При этом анонимность блогера снижает значимость и весомость его политического манифеста. Значимый политический вес высказывание такого блогера может набрать лишь при поддержке множества анонимов. Это отличает его от авторов, стремящихся к оффлайновой популярности, которые всячески стремятся к множественному упоминанию своего настоящего имени, как правило, вступая в противоборство с каким-либо политическим мнением. Реализации интенции непрофессионального политика, не являющегося известным блогером и выступающего в экспертной позиции при обращении к политике, в наибольшей степени способствует жанровая стратегия блога-комментария.

Этот жанр является самым востребованным для такого типа блогеров. В нем даётся авторская оценка социально-резонансного события, с помощью которого «автор выражает отношение к актуальным событиям, формулирует связанные с ними задачи и проблемы в форме сжатого анализа недостатков или достижений, а также выражает их оценку, прогноз развития и т.д.» [18. С. 119–127].

Рассмотрим **пример блогера и записи такого типа.**  
**kado4nikov**

*Меня зовут Виктор, можно просто – Витя. Мне 20 лет. Я из России и пишу, как правило, о политике. Готов писать и на другие темы, но пока не вижу в этом повода и необходимости.* Автор блога представляет свою оценку произошедших событий через призму различных информационных сообщений, касающихся рассматриваемой темы. Таким образом, смысловая доминанта дневника блогера – политическая.

**2015-08-18 06:05:00** Ну и псих же этот путинский пресс-секретарь

*Аренда яхты Maltese Falcon стоит 385 000 евро, или 26 миллионов рублей в неделю. И эта стоимость не включает расходы на еду и развлечения. Дмитрию Пескову нужно выложить полностью свою зарплату за 3 года, чтобы позволить провести на этой яхте всего 7 дней. Дмитрий Песков думал-думал и решил сказать нам, что он не на яхте за 26 миллионов в неделю плавает, а тихо сидит в гостинице на Сицилии. И вновь можно сказать одно: от человека, профессия которого – ежедневно врать, мы ожидали большего искусства в этой сфере. Песков говорит, что он не был на яхте, шах и мат! Чем крыть будете, неудачники? Нет у вас методов против Димы Пескова. У Путина сейчас один выход – уволить Пескова, потому что не может у него работать пресс-секретарём человек, совершенно не умеющий врать. Путин назвал позором назначение иностранцев в правительство Украины. А Пескова с его Митволем, яхтой и часами позором не назвал.*

*В стране, в которой детям на операции собирают деньги с помощью смс, а секретарь президента арендует яхту за 26 миллионов, ВСЁ ОЧЕНЬ ХОРОШО!..*

В данном примере блогер создает образ эксперта в области политики, который может объяснить смысл

произошедших событий рядовому читателю: *от человека, профессия которого – ежедневно врать, мы ожидали большего искусства в этой сфере*, что проявляется в полярности выражаемых оценок (*профессия которого – ежедневно врать*), обозначении собственной принадлежности к группе «знатоков политики» (*мы ожидали*), осведомленных по поводу типов поведения в этой сфере (*большого искусства в этой сфере*). Авторское позиционирование проявлено и в его предложении разрешения проблемы, с помощью которого блогер придает тексту характер экспертной оценки: *У Путина сейчас один выход...*

Особая (соответствующая блогерскому представлению «авторского паспорта») анонимность текстов повышает уровень раскованности выражения авторской позиции, что проявляется в фамильярных / панибратских номинациях и ироническом представлении содержания: *Песков говорит, что он не был на яхте, шах и мат! ...Нет у вас методов против Димы Пескова.*

Использование псевдоцитаты адаптирует общий смысл к авторской стратегии воздействия. Личная позиция автора оформляется через иронию по отношению к указанным фактам: *от человека, профессия которого – ежедневно врать, мы ожидали большего; Чем крыть будете, неудачники?*

Публичность и ориентация на широкую аудиторию изменяют дискурсивные особенности жанра «классического» дневника. При этом сама дневниковая форма (за счет доверительного к ней отношения) используется как средство достижения популярности и становится средством манипуляции. Ощущение значимости собственной политической позиции и потребность в ее медийном представлении трансформируют жанровую интенцию, а вслед за ней и образы автора и адресата. Авторская интенция декларирования собственного мнения удачно сочетается с возможностью высказаться «от первого лица», которую предоставляет блог. Трансформация жанра блога третьего этапа (для которого характерны схожие записи) происходит благодаря наличию у блогера представления о жанровых формах реализации такой интенции в СМИ.

16) Блогер-«внешний эксперт», для которого блогерская популярность является средством достижения его субъектной цели – **организации политической оппозиции**, исходящей как будто от рядовых членов общества (не как часть межпартийной борьбы), а выбор политической проблематики прямо соответствует этой цели. Данная интенция может быть рассмотрена как проявление скрытой институциональной ориентации автора.

Через тексты блога читатели постоянно получают информацию о результатах его политической активности и возникших трудностях.

Реализация цели такого типа предполагает использование аналитических и императивных (призывающих к действию) жанров журналистики. Наглядный пример – блог *navalny* (<http://navalny.livejournal.com/>), принадлежащий Алексею Навальному, который сумел приобрести небывалую популярность при помощи своего блога. Во многом успех блогера определяется тем, что он сумел использовать образ личного днев-

ника в медийных целях. Навальный использует жанр «блог-дневник» и жанровую установку на восприятие электронного дневника как личностного, исповедального в целях собственной популяризации, выстраивая при этом просчитанную коммуникационную манипулятивную стратегию. Добиваясь популярности, Навальный трансформирует «дневниковый» жанр, активно используя жанровые принципы «журналистского расследования», важной чертой которого является «присутствие самого автора в ряду действующих героев тех историй, о которых они ведут речь в публикациях. Рассказывая о том, как шло расследование, какие препятствия стояли на пути, какими открытиями, действиями, эмоциями оно сопровождалось, автор тем самым делает процесс расследования наглядным, впечатляющим» [18. С. 171–178].

**navalny 2011-03-03 15:58:00 – Абдусамад Мустафаевич хочет красиво**

*Кавказская гордость не разрешает Абдусамад Мустафаевичу передвигаться по дорогам Махачкалы на чем-то, кроме скромного AUDI A8L с высшей степенью бронирования. Любит красивую жизнь Абдусамад Мустафаевич. Только живет он её за чужой счет./.../*

*Бюджет Дагестана на 75% состоит из дотаций федерального бюджета (это официально, если смотреть на расходы в целом, то будет больше). То есть красивую бронированную Ауди для министра финансов Дагестана покупают вскладчину все жители России. Лично я не понимаю, с какой это радости я должен оплачивать красивую жизнь Гамидова.*

*Все республика ни хрена ничего не делает. Огромная безработица. Куча реальных проблем. Даже приличные люди, желающие честно работать, делать это не могут.*

*Руководство РД вечно кланит деньги у центра и шантажируют ростом терроризма, но при этом вышвыривает 8,5 миллионов для рядового министра, которых там ошивается целая куча. А то видите ли у них обострилась противоречие между кланами Мамедхан Хренацоева и Зелимхана Раздолбоева за финансовые потоки от паленой водки и поэтому стало опасно.*

*Это жители Рязани и Екатеринбурга ведут войну кланов в Махачкале? Если нет, то почему они платят.*

*В теории, дагестанские чиновники могут себе хоть Бентли покупать. Предполагается, что такие вещи должна регулировать федеральная власть, пресловутая «вертикаль».*

*Посмотрим, что будет происходить. А пока предлагаю распространять информацию.*

*Зачем иметь такую тачку, если некто об этом не знает, да?*

Цель каждого блога-расследования – познакомить читателя с отдельной историей нарушения закона. В ходе расследования блогер прибегает к самым разным методам получения данных – наблюдениям, анализу документов, с опорой на предыдущие прецеденты и т.д. При этом он выстраивает пост в соответствии с требованиями жанра журналистского рассле-

дования, давая завязку истории (*гордость не разрешает Аобусамату Мустафаевичу передвигаться на чем-то, кроме скромного AUDI A8L с высшей степенью бронирования*), предлагая поучаствовать (*предлагаю распространять информацию*) и сообщая о развязке (в тексте следующего поста: *Именно вашими усилиями удалось спасти от бессмысленного разбазаривания 8,5 миллионов бюджетных рублей*). Авторская позиция и проявления личностной оценки автора, свойственные жанру «журналистское расследование», удачно накладываются на дневниковую основу, обеспечивающую интимность и свободу слова, позволяя блогеру-«журналисту» быть свободнее в отборе слов и выражений, использовать иронию скромного AUDI A8L с высшей степенью бронирования – оксюморон (стоимость AUDI A8L – от 4 млн руб.) // *Зачем иметь такую тачку, если некто об этом не знает, да?* – стилизация своей речи под манеры кавказского произношения. Также блогер использует речевую тактику фактографического представления информации и смысловых аксиом (*Бюджет Дагестана на 75% состоит из дотаций федерального бюджета*), что позволяет конкретизировать заявленный ранее тезис, придать ему, с одной стороны, большую убедительность и достоверность, а с другой – выразительность и наглядность. После многочисленных блокировок Навальный перенес свой блог на отдельный сайт, сохранив при этом наработанный в ЖЖ жанровый стиль, используя привлекательность дневниковой документальности, которая заключается в том, что в ней проявлена авторская личностная активность. Блогер активно использует интенцию самореализации, спекулируя на феномене «публичной интимности», который, согласно мнению А.А. Зализняк, «связан не только с тем, что новые технологии дают возможность легко и быстро поделиться своими мыслями и чувствами с неограниченным числом людей, но также и с тем, что эти технологии позволяют предъявить этому множеству людей свой текст как свидетельство своего индивидуального бытия» [19. С. 173]. Превращая личное «дневниковое» недовольство в часть имиджа, Навальный поддерживает приобретенную популярность.

Начав в 2004 г. с «Комитета защиты москвичей», А. Навальный, который выстроил свою политическую карьеру на умении распространять информацию в социальных сетях: через общение с народом в удобной диалоговой форме (благодаря имеющейся в блогах системе комментариев), донося свои мысли, которые были просты и понятны людям, в сентябре 2013 г. смог набрать на выборах мэра Москвы 27% голосов.

Именно осознанно выстроенный на основе дневниковой интимности образ искателя правды, конфликтующего с действующей властью и готового поделиться результатами своих исследований, сначала принес ему известность среди оппозиционно настроенных блогеров, а затем сделал Навального не только популярным блогером (блогер-тысячник второго этапа), получившим сторонников, популярность и поддержку, но и популярным в оффлайне политиком. Первоначально

скрытая институциональность авторской интенции получила свою официальную реализацию.

**2. Профессиональные (известные в оффлайне) политики.** Все блогеры, являющиеся профессиональными политиками, реализуют общую интенцию – завоевание доверия избирателей (что соответствует общей интенции политического дискурса, агентами которого являются блогеры данного типа, – борьбе за власть) и открыто позиционируют свой политический статус, объявляя его в паспортной части журнала. Блог при этом используется как эффективный, экономичный и мобильный способ общения с избирателями, где выстраивается определенный образ – современного, энергичного, открытого для диалога руководителя, способного постоянно быть на связи с избирателями и оперативно откликаться на их просьбы. Одним из самых известных политических блогеров в 2009 г. стал Дмитрий Медведев. Это важное событие в истории блогосферы, так как до этого блоги не воспринимались как значимый канал связи власти с народом. Вслед за президентом блоги стали вести и другие крупные госчиновники.

При единстве интенциональных субъектных установок блогеров-политиков стратегии их реализации различаются, что выражается в специфике жанрового текста, в специфике образа автора как составляющей жанровой модели.

На данном основании выделяются следующие **виды образа автора**, которые реализуются в рамках жанровых стратегий, используемых блогерами-политиками для привлечения избирателей.

*2а) Образ автора – политик, близкий к избирателям, «свой человек» во власти.*

Этот жанровый образ формируется при реализации жанровой стратегии блога-дневника, позволяющего маскировать институциональные интенции за формой личностного текста.

Блог как медиаресурс позволяет за счет имеющихся в основе его гипержанра дневниковых интенций создавать образ простого человека, который делится с читателями своими мыслями обо всем, что его интересует. Ведение блога-дневника – способ представления «власти с человеческим лицом», т.е. представления политика как человека, который делится своими мыслями и открывает завесу личной жизни. Политик-блогер пытается спекулировать на нарочито дневниковом тексте, используя жанр блога-дневника, но в то же время подспудно продвигая собственную политическую позицию, подробно подчеркивая собственные заслуги.

*Chirkunov Олег Чиркунов (на момент размещения записи – губернатор Пермского края, вел журнал до 2013 года)*

*На берегу Белого моря 22 сент., 2011 at 12:47 AM  
Прилетел в Архангельск. Завтра буду выступать на Международном арктическом форуме, организованном Русским географическим обществом. Буду рассказывать про проект Белкомур. Раньше проталкивал его со стороны Урала, завтра буду это делать со стороны Белого моря.*


*P.S. Кто знает, что стоит посмотреть в Архангельске?*

В данном случае блогер выступает как личность, демонстрируя все индивидуальные характеристики и особенности речи. Блог Чиркунова также спекулирует на дневниковом начале, сохраняя выраженные признаки дневковости в жанровом тексте. В нем автор старается представить решение сложных ситуаций через личное переживание, пытаясь создать в сознании общественности образ положительного, близкого к народу губернатора, который открыт для общения, свободно рассказывает о своей жизни и проблемах, пытается наладить активную обратную связь (*Кто знает, что стоит посмотреть в Архангельске?*), реагирует на комментарии к собственным записям, отвечает на вопросы. Большое количество личных местоимений и глаголов первого лица в его текстах (*буду: выступать/ рассказывать/ это делать*) говорит о выраженном проявлении авторского начала. Проникновение институциональных интенций и их взаимодействие с дневниковой блогерской основой влияют на характер и степень формальности (по М.Л. Макарову: [20]) блогерских текстов, обусловленных действием институциональных политических интенций третьего этапа.

2б) *Образ автора – публичный политик, представитель институционально организованной политической силы, прямо продвигающий свою политическую позицию.*

Этот жанровый образ формируется при реализации стратегий письменных жанров политического дискурса: политической листовки, политической биографии, заявления в прессе, открытых писем избирателям и др. Чаще всего для донесения своей позиции выбирается жанр «политическое обращение».

Текстам такого типа свойственны императивность, демонстративность, смысловая и информативная насыщенность, лаконичность изложения, употребление общественно-политической лексики и фразеологии, использование политических речевых стереотипов, клише. Для «смягчения» институционального статуса автора как агента политического дискурса и соответствия блогерскому формату в текстах политиков проявляется личностное начало.

 **sergey\_mironov 23:40 Август, 4, 2015 Сергей Миронов** (*Председатель политической партии Справедливая Россия*)

*Собираем подписи против взносов на капремонт до 2020 года*

*Плату за капремонт, уже установленную в других регионах, с 1 июля этого года ввели и в столице. Некоторое время спустя решением мэра Сергея Собянина льгота на оплату предоставлена десяти категориям граждан – многодетным семьям, инвалидам, почетным донорам, семьям погибших военнослужащих и ряду других. Такое решение московской власти можно только приветствовать, хотя инвалиды и многодетные родители с самого начала могли бы рассчитывать на скидку. Но все-таки это полумера. Потому что главной «льготой» для населения должна стать отмена взносов на капремонт на ближайшие пять лет.*

*Сейчас наша партия СПРАВЕДЛИВАЯ РОССИЯ ведет в 14-ти регионах страны сбор под-*

*писей за мораторий на эти взносы. Поддержка инициативы чрезвычайно активная. Уверен, что задолго до окончания парламентских каникул у нас будет свыше миллиона подписей, которые мы представим коллегам в Госдуме и правительству. Вопрос о приостановке сборов на капремонт до 2020 года вынесем в осеннюю сессию.*

*Метки: ЖКХ, Общество, СПРАВЕДЛИВАЯ РОССИЯ*

В текстах блогов политиков (наряду с Сергеем Мироновым), презентующих себя как представителей официальной политической силы, личностный компонент проявляется слабо (в отдельных неформальных выражениях – *рассчитывать на скидку*, перформативах – *Уверен*, обозначениях личной освоенности институционального политического пространства – *мы представим коллегам в Госдуме*), но за счет «социального» восприятия самой жанровой формы эти тексты имеют сниженную, относительно текстов официального политического дискурса, формальность.

Ввиду институциональности его позиции за автором четко закреплена политическая роль – руководитель партии. Сергей Миронов настоятельно продвигает политические интересы и подчеркивает курс своей партии, моделируя позитивный образ будущего согласно принципам институционально ориентированного политического выступления: *Уверен, что задолго до окончания парламентских каникул у нас будет свыше миллиона подписей, Вопрос... вынесем в осеннюю сессию.* Он представляет собственную позицию, презентуя себя в незначительной степени, в основном, через формы коллективного позиционирования (1 л. мн. ч.) и ассоциацию с партией: *наша партия СПРАВЕДЛИВАЯ РОССИЯ/ у нас/ вынесем/ мы тоже говорим.*

Институциональность, свойственная политическому дискурсу, превалирует над проявлением личных интенций и проявляется в многочисленных речевых клише (*поддержка инициативы / решение московской власти / вынесем в осеннюю сессию*). Также стоит отметить обращение к этически значимым концептам, которые характеризуют систему моральных установок и требований (апелляция к совести, честности, справедливости), активно эксплуатируемых политическим дискурсом: *инвалиды и многодетные родители с самого начала могли бы рассчитывать на скидку.*

Миронов создает эффект объективности оценки, формируя образ, создает образ политкорректного политика, что проявляется в использовании эвфемизмов и отсутствии показателей перехода к открытой конфронтации с существующей властью: *Такое решение московской власти можно только приветствовать... Но все-таки это полумера.*

Также в целях положительной самопрезентации политик пользуется стратегией уступки: *конечно, говорить можно и нужно... но все-таки нужнее принципиальное решение этой болезненной проблемы*, что дает возможность продемонстрировать сочувствие и готовность к активным действиям.

После определенного опыта ведения ЖЖ-дневника политики часто заводят собственные сайты с блогами, сохраняя жанровые блогерские установки.

Итак, в настоящее время жанровый образ автора блога качественно отличается от заданного на ранних этапах существования блогосферы образа автора интернет-дневника «для друзей». Это определяется социально обусловленными функциональными изменениями блогосферы, выраженными в активизации медийных функций. В результате к блогам обращаются пользователи нового типа, реализующие не только личностные, но и институциональные интенции и использующие жанровую форму блога-дневника в манипулятивных целях. Активно перераспределяется тематическая структура текстов блогосферы: политическая тематика начинает играть ведущую роль.

В рамках этих тенденций блоги политической тематики формируют новые типы жанровых текстов, реализующие результаты трансформации личностного образа автора в виде: 1) «внешнего эксперта» в области политики, оценивающего политические события (жанр блога-комментария); 2) «внешнего эксперта» в области политики, оценивающего политические события и призывающего к политической борьбе (жанр блога-журналистского расследования); 3) профессионального политика, близкого к народу (особое использование жанра блога-дневника); 4) профессионального политика, представляющего институционально организованную политическую силу (жанры политического обращения и т.д.).

## ЛИТЕРАТУРА

1. Шмелёва Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи. Саратов : Колледж, 1997. Вып. 1. С. 88–98.
2. Седов К.Ф. Человек в жанровом пространстве повседневной коммуникации // Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. М. : Лабиринт, 2007. С. 7–38.
3. Кочеткова М.О., Тубалова И.В. Блог в аспекте жанровой динамики: социолингвистический аспект // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2014. № 1 (27). С. 39–52.
4. Кочеткова М.О. Блогосфера как рекламная площадка: динамика речевого жанра блога под влиянием рекламных интенций // Вестник Томского государственного университета. 2015. № 394. С. 35–42.
5. Голев Н.Д., Носкова О.А. Лингвокогнитивный стиль журналиста как проявление его аргументативной логики // Сибирский филологический журнал. 2011. № 4. С. 205–212.
6. Носкова О.А. Лингвокогнитивный стиль журналиста (на материале исследования аналитического радиоинтервью) // Вестник Томского государственного университета. 2013. № 374. С. 27–31.
7. Болотнов А.В. Текстовая деятельность как отражение коммуникативного и когнитивного стилей информационно-медийной языковой личности. Томск: Изд-во Томского ЦНТИ, 2015. 273 с.
8. Болотнов А.В. Самопрезентация языковой личности в публичном дискурсе: когнитивно-стилистический аспект // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2012. № 10 (125). С. 169–173.
9. Исаева И.П. Виртуальная языковая личность: процессы детемпорализации // СибАК : материалы V Междунар. науч.-практ. конф. «В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии» (Россия, г. Новосибирск, 09 ноября 2011 г.). URL: <http://sibac.info/conf/philolog/v/27652> (дата обращения: 15.12.2014).
10. Калашникова А.А. Реализация основной интенции языковой личности в блогосфере: коммуникативная стратегия фидбека // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 6.
11. Елькина О.М. Самопрезентация автора текста в компьютерно-опосредованной коммуникации // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2011. № 2. С. 88–93.
12. Блогосфера Рунета-2009 // Яндекс: Исследования. URL: [https://yandex.ru/company/researches/2009/ya\\_blogsphere\\_2009/](https://yandex.ru/company/researches/2009/ya_blogsphere_2009/) (дата обращения: 09.05.2012).
13. Портрет блогосферы. Часть вторая // Оптимальные коммуникации: эпистемический ресурс Академии медиаиндустрии и кафедры теории и практики общественной связности РГТУ. URL: <http://jarki.ru/wpress/2015/11/10/3596/> (дата обращения: 15.12.2014).
14. Чудинов А.П. Дискурсивные характеристики политической коммуникации // Политическая лингвистика. 2012. Вып. 2 (40). С. 53–59.
15. Голев Н.Д. Обыденная лингвополилогия: проблемы и перспективы // Современная политическая лингвистика : тез. междунар. науч. конф. Екатеринбург, 2011. С. 66–69.
16. Голев Н.Д. Обыденный политический дискурс: метаязыковой и металингвистический аспекты // Политическая лингвистика. 2013. № 4. С. 30–37.
17. Кривенкова Е.А., Футляев Н.С. Интернет-блоги как средство выражения общественно-политических настроений // Сборники конференций НИЦ «Социосфера». 2011. № 1. С. 48–50.
18. Тертышный А.А. Жанры периодической печати : учеб. пособие. М. : Аспект-Пресс, 2000. 320 с.
19. Зализняк А.А. Дневник: к определению жанра // Новое литературное обозрение. 2010. № 106. С. 162–180.
20. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. М. : Гнозис, 2003. С. 211.

Статья представлена научной редакцией «Филология» 8 апреля 2016 г.

## TRANSFORMATION OF THE AUTHOR IMAGE IN THE BLOG AS A REFLECTION OF THE GENRE DYNAMICS OF THE BLOGOSPHERE CAUSED BY SOCIAL AND CULTURAL PURPOSES (ON EXAMPLES OF BLOGS IMPLEMENTING POLITICAL TOPICS)

*Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*, 2016, 407, 17–24.

DOI: 10.17223/15617793/407/3

**Kochetkova Maria O.** Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: dla-ko4et@yandex.ru

**Keywords:** blogosphere; genre dynamics; sociolinguistics; politics; genre intention.

Modern media internet space, giving the opportunity to freely comment the current “agenda” and to read authoritative opinions of experts, has become an ideal platform for the realization of media intentions, which led to the transformation of the blog genre. In this article on the material of blogs on political topics, the author investigates types of the author image as components of a genre model created by T. Shmeleva. Their formation is determined, on the one hand, by functional changes in the blogosphere and, on the other hand, it is determined by the ability to use its new features to implement various subjective intentions. The blog genre at each stage of development receives a certain intentional specificity (the research material is texts of the most popular blog service Livejournal.com). A new type of bloggers is identified, peculiar to the third stage of the blogosphere development (starting from about 2011). This determines the particular thematic specialization of the blogosphere which reflects the range of bloggers’ social

interests, and allows realizing the indicated aspiration. Political topics are among the most widespread in the blogosphere. During the study, the author found that the current image of the author of the blog genre is qualitatively different from the image at the early stages of the blogosphere (typical for the first stage was “the image of the author of the web diary” – just “for friends”). The change depends on the functional modifications in the blogosphere that are caused by social reasons and expressed in the intensification of media functions. As a result, users of a new type appear on the blog. They realize not only personal but also institutional intentions and use the genre form of the blog-diary for manipulative purposes. The thematic structure of texts in the blogosphere is actively redistributed, and political topics begin to play a leading role. In the study of blog texts the author focuses on model analysis that assumes 3 items: (1) the type of the blogger as a particular member of Internet communication, (2) the type of its self-positioning as a result of the modeling of the image of the author determined by the subjective intention; (3) the type of the image of the author as a result of the embodiment of a specific speech self-positioning strategy (implementing the subjective intention of the genre in a special form). Within these trends blogs with political topics are forming new types of genre texts that implement the results of the transformation of the personal image of the author in the form of: (1) an “external expert” in politics assessing political events (the genre of blog-comment), (2) an “external expert” in politics assessing political developments and calling for the political struggle (the genre of the blog-journalistic investigation), (3) a professional politician close to people (a special use of the blog-diary genre), (4) a professional politician representing an institutionally organized political force (political appeal and other genres of official political discourse).

## REFERENCES

1. Shmeleva, T.V. (1997) Model' rechevogo zhanra [Model of the speech genre]. In: Gol'din, V.E. (ed.) *Zhanry rechi* [Genres of speech]. Vol. 1. Saratov: Kolledzh.
2. Sedov, K.F. (2007) Chelovek v zhanrovom prostranstve povsednevnoy kommunikatsii [Man in the genre space of everyday communication]. In: Sedov, K.F. (ed.) *Antologiya rechevykh zhanrov: povsednevnyaya kommunikatsiya* [Anthology of speech genres: daily communication]. Moscow: Labirint.
3. Kochetkova, M.O. & Tubalova, I.V. (2014) Development of the blog as a genre of the blogosphere discourse: the sociolinguistic aspect. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 1 (27). pp. 39–52. (In Russian).
4. Kochetkova, M.O. (2015) Blogosphere as an advertising platform: the dynamics of the speech genre of blog under the influence of advertising intentions. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*. 394. pp. 35–42. (In Russian). DOI: 10.17223/15617793/394/7
5. Golev, N.D. & Noskova, O.A. (2011) Lingvokognitivnyy stil' zhurnalista kak proyavlenie ego argumentativnoy logiki [The linguo-cognitive style of the journalist as a manifestation of their argumentative logic]. *Sibirskiy filologicheskiy zhurnal – Siberian Journal of Philology*. 4. pp. 205–212.
6. Noskova, O.A. (2013) The linguo-cognitive style of journalist (analytical radio interview study). *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*. 374. pp. 27–31. (In Russian).
7. Bolotnov, A.V. (2015) *Tekstovaya deyatel'nost' kak otrazhenie kommunikativnogo i kognitivnogo stiley informatsionno-mediynoy yazykovoy lichnosti* [Text activity as a reflection of the communicative and cognitive styles of information and media language personality]. Tomsk: Izd-vo Tomskogo TsNTI.
8. Bolotnov, A.V. (2012) Self-presentation of language person in a public discourse: cognitive-stylistic aspect. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – Tomsk State Pedagogical University Bulletin*. 10 (125). pp. 169–173. (In Russian).
9. Isaeva, I.P. (2011) [Virtual language personality: detemporalization processes]. *V mire nauki i iskusstva: voprosy filologii, iskusstvovedeniya i kul'turologii* [In the world of science and art: questions of philology, art history and cultural studies]. Proceedings of the 5th international conference. Novosibirsk. 09 November 2011. [Online]. Available from: <http://sibac.info/conf/philolog/v/27652>. (Accessed: 15 December 2014). (In Russian).
10. Kalashnikova, A.A. (2012) Realization of language personality's main intention in blogosphere: feedback communicative strategy. *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya*. 6. (In Russian).
11. El'kina, O.M. (2011) Self-presentation of the authors of the text in computer-mediated communication. *Vestnik Maykopskogo gosudarstvennogo tekhnologicheskogo universiteta – Bulletin of Maikop State Technological University*. 2. pp. 88–93. (In Russian).
12. Yandex: Issledovaniya. (2009) *Blogosfera Runeta. Vesna-2009* [Runet blogosphere. Spring 2009]. [Online]. Available from: [https://yandex.ru/company/researches/2009/ya\\_blogosphere\\_2009/](https://yandex.ru/company/researches/2009/ya_blogosphere_2009/). (Accessed: 09 May 2012).
13. Jarki.ru. (2015) *Portret blogosfery. Chast' vtoraya* [Portrait of the blogosphere. Part Two]. [Online]. Available from: <http://jarki.ru/wpress/2015/11/10/3596/>. (Accessed: 15 December 2014).
14. Chudinov, A.P. (2012) Diskursivnye kharakteristiki politicheskoy kommunikatsii [Discourse characteristics of political communication]. *Politicheskaya lingvistika – Political Linguistics Journal*. 2 (40). pp. 53–59. (In Russian).
15. Golev, N.D. (2011) [Ordinary linguistic political science: problems and prospects]. *Sovremennaya politicheskaya lingvistika* [Modern political linguistics]. Proceedings of the international conference. Ekaterinburg. pp. 66–69. (In Russian).
16. Golev, N.D. (2013) Ordinary political discourse: metalanguage and metalinguistic aspects. *Politicheskaya lingvistika – Political Linguistics Journal*. 4. pp. 30–37. (In Russian).
17. Krivenkova, E.A. & Futlyayev, N.S. (2011) Internet-blogi kak sredstvo vyrazheniya obshchestvenno-politicheskikh nastroeniy [Internet blogs as a means of expression of social and political attitudes]. *Sborniki konferentsiy NITs "Sotsiosfera"*. 1. pp. 48–50.
18. Tertychnyy, A.A. (2000) *Zhanry periodicheskoy pechati* [Genres of periodicals]. Moscow: Aspekt-Press.
19. Zaliznyak, A.A. (2010) Dnevnik: k opredeleniyu zhanra [Diary: the definition of the genre]. *Novoe literaturnoe obozrenie – New Literary Observer*. 106. pp. 162–180.
20. Makarov, M.L. (2003) *Osnovy teorii diskursa* [Fundamentals of the theory of discourse]. Moscow: Gnozis.

Received: 08 April 2016