

УДК 81'38: 81'42

БЛОГ КАК ИНТЕРНЕТ-ЖАНР

Елена Александровна Баженова

д. филол. н., профессор кафедры русского языка и стилистики

Пермский государственный национальный исследовательский университет

614990, Пермь, ул. Букирева, 15. bazhenova_e2000@mail.ru

Ирина Андреевна Иванова

соискатель кафедры русского языка и стилистики

Пермский государственный национальный исследовательский университет

614990, Пермь, ул. Букирева, 15. phylolozhka@gmail.com

В статье рассматривается проблема определения понятия жанра применительно к коммуникативному пространству Интернета, отмечается различие понятий «интернет-жанр» и «речевой жанр». Под интернет-жанром понимается устойчивый поликодовый тип интернет-коммуникации, в котором особенности функционирования языка обусловлены техническими характеристиками. Разграничивается широкое и узкое понимание блога. Блог в широком понимании – это сайт (или раздел сайта), содержащий датированные записи текстового и мультимедийного характера, расположенные в обратном хронологическом порядке и открытые для чтения и комментирования. Блог в узком понимании – это сайт (или раздел сайта), содержащий датированные записи одного автора, посвященные преимущественно бытовой тематике. Выявляются медийные, прагматические, структурно-семантические и стилистико-языковые параметры блога как особого жанра интернет-коммуникации.

Ключевые слова: интернет-коммуникация; интернет-жанр; блог.

Интернет в настоящее время представляет собой одно из наиболее активных средств межличностной коммуникации. Глобальная Сеть предлагает пользователю множество различных платформ, посредством которых может осуществляться общение: форумы, блоги, социальные сети, чаты. Техническая специфика каждой платформы обуславливает формирование особых правил коммуникации, отличных от существующих в устной и письменной формах общения. Ср.: «Коммуникативное пространство Интернета стало своеобразной жанропорождающей средой, которая способствует <...> возникновению новых жанров, свойственных только этой информационной среде» [Горошко 2009: 117]. Хотя для изучения жанрового аспекта интернет-коммуникации сформировалась новая отрасль генетики – виртуальное жанроведение [Горошко, Жигалина 2011], жанр блога до сих пор не был предметом специального исследования.

Прежде всего обсудим понятие «виртуальный жанр». В русскоязычных работах, посвященных жанровой специфике интернет-коммуникации, используются такие семантически близкие понятия, как «электронный жанр», «коммуникативный сервис Интернета», «интернет-жанр», «циф-

ровой жанр», «гипержанр», «сетевой жанр», «жанровый формат виртуального дискурса», «дигитальный жанр». Е.И.Горошко и Е.А.Жигалина предлагают остановиться на термине «виртуальный жанр» «в силу того, что уже существует устоявшееся понятие виртуальное жанроведение <...> и логично использование однокорневого понятия» [там же].

Однако нам представляется, что слово «виртуальный» в составе научного термина не вполне оправданно. Виртуальная коммуникация – коммуникация, осуществляемая посредством Интернета. Виртуальный жанр – жанр коммуникации, осуществляемой посредством Интернета. Виртуальное жанроведение – изучение жанров коммуникации, осуществляемой посредством Интернета. Следовательно, в составе этих терминов слово «виртуальный» употребляется в значении «существующий в Интернете, осуществляемый посредством Интернета».

БАС выделяет два значения слова «виртуальный»: 1) *спец.* «возможный; такой, который может или должен проявиться, возникнуть и т.п. при определенных условиях»; 2) «условный, кажущийся» [БАС: 582]. Как видим, сема «осуществляемый компьютерными средствами» в

словаре отсутствует, в то время как сема 'гипотетичность, вероятность' входит в оба значения слова. Однако коммуникация посредством Интернета не является гипотетичной – она объективно существует. Используя слово «виртуальный» в номинации научного понятия, мы как будто сомневаемся в существовании изучаемого явления. Близкую к нашей оценку высказывает М.Л.Макаров: «Удачные и не вызывающие больших возражений с точки зрения содержания метафоры “виртуальная реальность” или “виртуальное пространство” по праву прижились как в научном, так и в обиходном лексиконе. Но стоит ли называть виртуальной коммуникацию? Ведь общение людей даже посредством “умных машин” все равно остается вполне реальным общением, актуализация смыслов в ходе такого взаимодействия не вызывает сомнения» [Макаров 2005: 337].

С учетом сказанного далее будем использовать интуитивно понятные термины «интернет-коммуникация», «интернет-жанр» и «интернет-жанроведение».

В ряде русскоязычных работ, выполненных в рамках интернет-жанроведения, интернет-жанр (ИЖ) сближается и нередко смешивается с речевым жанром (РЖ). На наш взгляд, проблема заключается в том, что интернет-коммуникация – это сложная поликодовая система, в которой язык кодирует лишь один из потоков информации. ИЖ как тип интернет-коммуникации является многоуровневым поликодовым образованием, несводимым к РЖ. Кроме того, многие ИЖ (например, новостной портал, личный сайт) обладают сложной структурой и состоят из множества текстов, часто разнородных, что делает это образование намного более широким, нежели РЖ (и даже речевой гипержанр).

В современной русскоязычной лингвистике неоднократно предпринимались попытки описания и классификации ИЖ. В качестве критериев их выделения и оснований для классификации выдвигались самые разнообразные параметры. По заключению Е.И.Горошко и Е.А.Жигалина, большинство исследователей выделяют ИЖ по принципу объединения ресурсов, сходных по следующим признакам: интенции адресанта (сообщение / общение); структурированию содержания; реальности / ирреальности общения во времени [Горошко, Жигалина 2011]. В соответствии с этими параметрами к жанрам интернет-коммуникации относят электронную почту, чат, электронные доски объявлений, компьютерные конференции, сайт, многопользовательские онлайн-игры и др.

Нам представляется, что вопрос о критериях разграничения жанров Интернета остается открытым и нуждается в дальнейшем теоретиче-

ском осмыслении, поскольку эти жанры выделяются скорее эмпирически, в большей степени по техническим, нежели по лингвистическим признакам.

Классификация ИЖ осложняется также тем, что «в интернет-коммуникации границы между жанрами намного более размыты, чем в реальной коммуникации, что, в принципе, объясняется незаконченностью формирования жанров, а также теми специфическими особенностями, которые отличают интернет-коммуникацию от реальной коммуникации» [там же]. Но главная проблема классификации ИЖ – это «отсутствие единства мнений у ученых-лингвистов по составлению непротиворечивой системы основ» для этой классификации [там же].

Значительные трудности вызывает и разработка принципов описания ИЖ. Вслед за Т.В.Шмелевой [Шмелева 1997], создавшей модель РЖ, многие исследователи продуцируют собственные модели, в большей или меньшей степени учитывающие специфику интернет-коммуникации.

Так, Е.И.Горошко и Е.А.Жигалина, основываясь на разработках Т.В.Шмелевой, предлагают следующую модель ИЖ: 1) коммуникативная цель; 2) концепция адресанта; 3) концепция адресата; 4) событийное содержание; 5) фактор коммуникативного прошлого; 6) фактор коммуникативного будущего; 7) формальная структура; 8) лингвистический дизайн (лингвистические средства, графическое оформление, шрифтовое оформление, наличие аудиовизуальной информации).

По сути, новым является здесь только «лингвистический дизайн», в котором находит отражение поликодовая природа интернет-коммуникации. Заметим, что модель Т.В.Шмелевой была разработана для описания РЖ (а не ИЖ), поэтому в ней наибольшее внимание уделяется прагматическим характеристикам жанра. Несомненно, эти характеристики важны для жанра интернет-коммуникации ничуть не меньше, чем для жанра речи, но они должны рассматриваться в совокупности с другими, столь же значимыми характеристиками – структурой, семантикой, поликодовым (в том числе и языковым) воплощением ИЖ.

На наш взгляд, более перспективный подход к дифференциации жанров компьютерно-опосредованной коммуникации предлагает Л.Ю.Щипицина, учитывающая следующие параметры жанров: медийные, прагматические, структурно-семантические и стилистико-языковые [Щипицина 2009: 27–63].

К медийным параметрам исследователь относит следующие:

– оформление жанра, т.е. расположение на экране элементов программы и текста (заголовки, колонки, списки; автоматически добавляемая к сообщению информация; порядок появления новых сообщений на экране; сохраняемость и размер текста; автоматическое оформление цитат и т.п.);

– мультимедийность (в другой терминологии – «креолизованность», «поликодовость»), т.е. реализация текста одновременно на нескольких (по меньшей мере на двух) уровнях – вербальном и графическом;

– гипертекстуальность, т.е. построение текста из отдельных, соединенных гиперссылками блоков, порядок восприятия которых не является жестко заданным;

– интерактивность, т.е. способность читателя активно влиять на содержание, внешний вид и тематическую направленность компьютерной программы или электронных ресурсов и возможность общаться, высказывая свое мнение и узнавая мнение партнера по общению;

– синхронность, т.е. возможность одновременного или почти одновременного создания сообщения и ответной реплики на него;

– количество (межличностная, групповая, массовая коммуникация) и эксплицированность коммуникантов (эксплицированный или анонимный участник коммуникации) [Щипицина 2009: 40–41].

С нашей точки зрения, представленная жанровая модель Л.Ю.Щипициной полно отражает специфику интернет-коммуникации, поэтому может служить надежной опорой при описании блога как жанра Интернета.

Перейдем к общей характеристике блога.

Изначально, на заре эры Интернета, под блогом понималась новостная лента, содержащая отобранные автором ссылки на другие сайты. Записи новостной ленты могли комментироваться читателями. Такой блог представлял собой своеобразный бортовой журнал (англ. – log) путешественника по пространствам Сети – weblog (термин ввел Йорн Баргер в 1997 г.). Слово «blog» появилось путем переразложения основ в результате языковой игры: в 1999 г. Питер Мерхольдз разместил в боковой колонке веблога надпись «we blog», что означает «мы ведем блог». Слово пришлось всем по вкусу, быстро распространилось по сетям и закрепилось с возникновением одного из первых блогговых сервисов – Blogger.com. Именно с появления общедоступной технической возможности для ведения своего «бортового журнала» началось широкое использование слова «блог».

Сейчас под **блогом** понимается сайт (или раздел сайта), содержащий датированные записи текстового и мультимедийного характера с воз-

можностью комментирования, расположенные в обратном хронологическом порядке. Часто блог трактуется как «личный сетевой дневник, т.е. список записей-заметок <...>, повествующих о жизни автора дневника» [Лутовинова 2009: 200]. В связи с отсутствием однозначности в определениях считаем необходимым разграничить широкое и узкое понимание блога.

В широком понимании блог не сводится к личному дневнику: блог может создаваться коллективом авторов (блог-сообщество), быть посвящен одной теме (например, кулинарным рецептам, путешествиям, воспитанию детей), состоять из цитат и отсылок к другим блогам или интернет-ресурсам, содержать только фото- или видеoinформацию. Блог в узком понимании – это сайт (или раздел сайта), содержащий датированные записи одного автора, посвященные преимущественно бытовой тематике.

Поскольку не всякий блог поддается анализу средствами лингвистического инструментария, мы намеренно ограничим область нашего исследования и из бесконечно разнородной и многообразной блогосферы рассмотрим лишь блоги в узком понимании – записи одного автора, посвященные преимущественно бытовой, ситуативно обусловленной тематике. С таким пониманием блога сближается понятие сетевого дневника как самого распространенного типа блога (70,4%) [Herring 2004].

Опираясь на концепцию Л.Ю.Щипициной [там же: 27–63], проанализируем феномен блога сквозь призму медийных, прагматических, структурно-семантических и стилистико-языковых параметров.

Медийные параметры блога

Л.Ю.Щипицина отмечает, что оформление, или **интерфейс**, жанра помогает отличать один ИЖ от другого, подобно обложке печатной книги, и потому является одной из важнейших составляющих медийной характеристики ИЖ [там же: 30].

Как показывает наш анализ, оформление блога весьма вариативно. Это связано с тем, что блог может быть создан в рамках какого-либо блоггового сервиса (Livejournal, LiveInternet, Diary, Blogger.com и т.д.), сайта (корпоративные блоги) или же на отдельной площадке (так называемые stand-alone блоги). Однако для любого блога обязательными являются следующие элементы:

1. Профиль пользователя. Эта страница может отсутствовать у stand-alone блогов, поскольку там автор один и он может осуществить самопрезентацию в свободной форме. Но если блог располагается на пространстве какого-либо блоггового сервиса, профиль пользователя становится его обязательной и неотъемлемой частью.

Структура страницы профиля может быть унифицированной, обязательной для всех пользователей сервиса (Livejournal), или же вариативной (например, на LiveInternet профиль состоит из блоков, которые пользователь может размещать по своему усмотрению). В профиле автор блога обычно сообщает о себе такую информацию, как пол, возраст, образование, место жительства, интересы.

2. *Лента записей*, представляющая собой основную страницу блога, на которой располагаются записи в обратном хронологическом порядке. Каждая **блоговая запись** (БЗ), кроме собственно текста, может содержать заголовки, время публикации, информацию о количестве комментариев. Во многих блогах к БЗ присоединяется соответствующий аватар (изображение) автора, рубрика, к которой относится данный текст, тематические метки (теги), а также информация о факторах, сопровождавших момент написания текста: настроении автора, месте и звучащей музыке. Кроме того, на странице ленты записей часто располагается сайдбар (комплекс вспомогательных блоков для более удобной навигации по блогу), который может включать календарь, ссылки на сторонние ресурсы, список тегов и рубрик, список записей на данной странице с указанием количества комментариев к ним, список блогов, читаемых автором, список читателей данного блога и т.д.

3. *Страница отдельной БЗ*. Каждую запись блога можно открыть на отдельной странице. Здесь располагается полная версия БЗ (в ленте в целях экономии текст записи может отображаться не полностью) и комментарии к ней.

4. *«Лента друзей»*, т.е. лента записей блогов, которые читает автор. БЗ разных пользователей объединяются в одну ленту и располагаются в обратном хронологическом порядке. Обычно «лента друзей» оформляется так же, как лента записей самого автора.

Отметим также, что графическое оформление всех указанных выше элементов может совпадать или не совпадать. Например, в блогах сервиса LiveInternet пользователь сам может менять цвета и фоновые рисунки своего блога, однако общая структура остается обязательной для всех. При этом все 4 элемента отображаются в едином стиле. В блогах сервиса Livejournal страница профиля выглядит одинаково для всех пользователей. Для оформления элементов 2–4 разработано несколько структурных моделей (например, варианты с одной, двумя, тремя колонками, с разным расположением сайдбара и т.д.), и автор блога может выбрать любую из них.

Еще одной характеристикой ИЖ блога является его **мультимедийность** – одновременное использование в процессе коммуникации не-

скольких семиотических систем, например визуального и звукового канала. Мультимедийность проявляется также в соединении вербального текста с невербальными компонентами – графикой, картинками, фотографиями, видео, анимацией.

Мультимедийное наполнение (контент) все больше проникает в блоги, изначально имевшие исключительно текстовую природу. Нам представляется возможным выделить 4 варианта представления текстовой и мультимедийной информации: 1) представлена только текстовая информация; 2) текстовая информация преобладает, но есть вкрапления мультимедийной информации (аудио, видео, графика); 3) текстовая и мультимедийная информация представлены в равной мере; 4) преобладает мультимедийная информация. Эта градация применима как к блогу в целом, так и к отдельным БЗ.

Для анализа мультимедийности блога целесообразно использовать классификацию креолизованных текстов Е.Е.Анисимовой [цит. по: Щипицина 2009: 32]. Согласно данной классификации выделяются тексты:

- с нулевой креолизацией (изображение не представлено и не имеет значения для организации текста);

- с частичной креолизацией (между вербальным и изобразительным компонентами складываются автосемантические отношения; изобразительный компонент сопровождает вербальный текст и является факультативным);

- с полной креолизацией (между обоими компонентами устанавливаются синсемантические отношения; вербальная часть ориентирована на изображение или отсылает к нему, а изображение становится облигаторным элементом текста).

Как отмечалось выше, блог состоит из отдельных записей, вследствие чего он неоднороден и с трудом поддается обобщению. Именно поэтому нам представляется, что наиболее продуктивно применять вышеописанную классификацию не к блогу в целом, а к отдельным БЗ, среди которых можно найти примеры каждого типа креолизованных текстов. Наиболее интересны тексты с полной креолизацией, в которых между вербальными и невербальными компонентами устанавливаются разнообразные функциональные и семантические отношения. Однако это тема отдельного исследования, поэтому в рамках данной статьи ограничимся следующим выводом: ИЖ блога в целом разнороден по степени креолизованности и является благодатной почвой для порождения высококреолизованных текстов.

Следующий медийный параметр блога – **гипертекстуальность**, т.е. использование гиперссылок, соединяющих отдельные элементы бло-

говой структуры. Гипертекст блога формируется совокупностью его структурных элементов – профиля автора, ленты записей, страниц отдельных записей и «ленты друзей». В этом гипертексте можно выделить два уровня:

1) внутренний, включающий ленту записей и страницы отдельных записей;

2) внешний, включающий профиль и «ленту друзей». Страницы внешнего уровня связывают тот или иной блог с другими блогами, функционирующими на площадке данного сервиса.

Навигация внутри блога осуществляется с помощью меню, сайдбара, календаря с архивом записей, тегов, рубрик и других средств, обусловленных возможностями сервиса, в рамках которого существует блог. В целом гипертекст блога нелинеен и может разветвляться по множеству различных сценариев, например: от ленты записей к конкретной записи, от «ленты друзей» к конкретной записи друга, от имени пользователя (на любой странице) к его профилю или ленте его записей.

Следующий медийный параметр – *интерактивность* – Л.Ю.Щипицина понимает двояко: «во-первых, как способность человека активно влиять на содержание, внешний вид и тематическую направленность компьютерной программы или электронных ресурсов, во-вторых, возможность общаться, высказывая свое мнение и узнавая мнение партнера по общению» [Щипицина 2009: 36].

В ИЖ блога имеет место интерактивность в обоих пониманиях. Интерактивность как способность человека влиять на содержание электронного ресурса реализуется в возможности автора вести блог в рамках того или иного блог-сервиса. Интерактивность как возможность общаться и обмениваться мнениями реализуется посредством записей и комментариев к записям. Очевидно, что свое лингвистическое выражение интерактивность находит в адресованности и диалогичности изложения.

Важным моментом при изучении ИЖ является *синхронность / асинхронность* коммуникации. В блоге разные структурные элементы функционируют по-разному. Например, для ленты записей и «ленты друзей» значима частота обновления, в то время как для страниц отдельных записей более актуально общение в комментариях. В целом блог можно отнести к асинхронным ИЖ, поскольку временной промежуток между текстом-стимулом и текстом-реакцией может составлять от нескольких минут до нескольких дней, месяцев и даже лет (что невозможно в таких синхронных ИЖ, как чат или мгновенный обмен сообщениями).

В блоге, как и в других асинхронных ИЖ, создание текста или ответа на него может продол-

жаться неограниченно долго, т.е. у автора есть возможность тщательно обдумать свое коммуникативное намерение и реализовать его с помощью соответствующих языковых средств. Правда, часты случаи, когда признаки синхронных форм общения (лингвистические сигналы разговорности, спонтанности, экономичности, неформальности и эмоциональности) переносятся на заведомо асинхронные формы (в блогах это можно встретить и в комментариях, и в записях, что чаще всего свидетельствует о сознательном выборе таких стратегий).

И, наконец, рассмотрим последний медийный параметр блога – *количество и эксплицированность коммуникантов*. Для блога наиболее характерно общение одного со всеми (автор отвечает на комментарии к собственной записи) и каждого с каждым (пользователи общаются в комментариях к какой-либо записи). Автор блога (как и его читатели, тоже, в свою очередь, являющиеся авторами) может выступать анонимно или указывать данные о себе, действовать в качестве частного лица или от имени коллектива или организации. Основным средством идентификации пользователя становится его никнейм. Как правило, вокруг каждого блога формируется свой круг заинтересованных лиц, которые включаются в обсуждение и комментируют записи автора.

Итак, по итогам рассмотрения медийных параметров исследуемого ИЖ можно сказать, что при всем разнообразии оформления любой блог состоит из профиля, ленты записей, страниц отдельных записей и «ленты друзей». Блог неоднороден по степени креолизованности, гипертекст блога подразделяется на внешний и внутренний уровни. Кроме того, блог подразумевает активное внимание и отклик читателя, причем, как правило, не одновременное с моментом создания текста-стимула. Количество участников коммуникации может быть предельно широким: запись в блоге может прочитать любой пользователь Сети, но в действительности вокруг каждого блога формируется более или менее широкий круг заинтересованных читателей.

Прагматические параметры блога

Адресантом, т.е. создателем БЗ, как правило, является один человек (случаи совместного творчества крайне редки, а в коллективных блогах и блогах-сообществах у каждой конкретной записи один автор). Блог, несмотря на некоторое сходство с дневником, отличается от последнего своей принципиально публичной природой, ведь любая БЗ рассчитана на отклик читателей. Означенно или нет, но пользователь Интернета создает БЗ именно потому, что хочет быть прочитанным.

Применительно к ИЖ блога уместно различать **адресата реального** и **потенциального**. Реальными адресатами БЗ выступают «френды» автора, т.е. его постоянные читатели, которые добавили блог автора в свою «ленту друзей», потенциальными адресатами – не только все пользователи данного блог-сервиса, но и все пользователи Интернета, понимающие язык автора.

Коммуникативная цель ИЖ блога многоаспектна. Существуют разные подходы к выделению функций жанров: одни исследователи отмечают только две основные функции — информативную и фатическую [Дементьев 1997], другие выделяют разнообразные частные функции — констативную, экспрессивную, эмотивную, декларативную и т.д. [Щипицина 2011: 162]. При исследовании жанров новой коммуникативной среды оба эти подхода также имеют место. Нам представляется, что ИЖ блога совмещает в себе информативную и фатическую функции, причем главенство той или иной функции обнаруживается лишь в конкретных разновидностях блогов, типах блогговых записей и стратегиях ведения беседы в комментариях (например, стратегия «флуд», столь частотная в разных жанрах интернет-общения, встречающаяся и в блогговых комментариях, реализует преимущественно фатическую функцию).

Для прояснения природы коммуникативных целей ИЖ блога приведем результаты американского исследования [Nardi 2004], согласно которым основными мотивами создания блога являются следующие: информировать других о своей деятельности и о том, что происходит вокруг; выразить свое мнение и каким-либо образом повлиять на мнения других лиц; найти единомышленников и получить обратную связь; структурировать свое мышление путем его вербализации по принципу *думаю, когда пишу* (на англ. “think by writing”); снизить эмоциональное напряжение.

Структурно-семантические параметры блога

Л.Ю.Щипицина выделяет в структуре ИЖ «вертикальное» строение (составляющие жанр композиционные элементы, например, блоки веб-страниц или сообщения форума) и «горизонтальное» строение (особенности развертывания темы и типы тема-рема-тематических прогрессий) [Щипицина 2011: 172]. Конкретизируя это положение применительно к ИЖ блога, можно сказать, что его «вертикальное» строение образуют отдельные записи, расположенные в обратном хронологическом порядке, объединенные заголовком, подзаголовком, системой тегов и рубрик, а также полные тексты записей во взаимодействии с текстами комментариев.

Семантическое единство блога во многом обусловлено целями и приоритетами автора, но независимо от содержания отдельных записей лента имеет одинаковую структуру и организуется преимущественно по хронологическому принципу.

Говоря о «горизонтальном» строении исследуемого нами ИЖ, следует отметить, что блог в целом может быть как политематичным (таковых большинство), так и монотематичным. Тексты блога (как записи, так и комментарии) организуются скорее целостно-завершенной тематической прогрессией, нежели спонтанно-ассоциативной, что обусловлено асинхронным характером коммуникации.

Стилистико-языковые параметры блога

Большинство исследователей, рассматривающих стилистические особенности текстов интернет-коммуникации, характеризуют их по языковым уровням, выделяя на каждом уровне особенности, свойственные лишь данной сфере функционирования языка. Тем же путем следует и Л.Ю.Щипицина, обращаясь к наиболее характерным особенностям стилистического оформления ИЖ на фонетико-графическом, лексическом, грамматическом уровнях, а также к типичным стилевым чертам (эмоциональность, конкретность и т.д.) и текстовым категориям (экономичность, связность, устно-письменная гибридность и т.д.) [там же: 175].

Развернутое описание стилистико-языковых параметров ИЖ блога в этой статье не входит в наши задачи. Для иллюстрации остановимся лишь на одной особенности графического оформления сообщения, получившей широкое распространение в блогговых записях, – приеме зачеркнутого текста. Как правило, зачеркиванием выделяется высказывание, категорично выражающее мнение автора. Часто такое высказывание сопровождается незачеркнутым высказыванием, эксплицирующим аналогичное мнение, но выраженное в более мягкой, толерантной форме. Некоторые блоггеры используют зачеркнутый текст для создания комического эффекта, например: *На работу я вышел в темных очках, чтобы не видеть довольные рожи прекрасных отдохнувших коллег.*

В качестве предварительного вывода отметим, что сложно провести границу между стилистическими особенностями, свойственными языку интернет-коммуникации в целом, и стилистическими особенностями собственно ИЖ блога. Во всяком случае стилистическая природа ИЖ блога требует дальнейшего исследования.

Завершая описание блога как интернет-жанра, подчеркнем неоднородность изучаемого объекта. Обращение к некоторым параметрам ИЖ (например, степени креолизации текстов) на ма-

териале жанра блога не дало однозначного результата, и это не случайно. Для уточнения и конкретизации жанровой природы блога следует рассмотреть его отдельные составляющие – тексты записей и комментариев, а также установить формирующиеся между ними смысловые отношения. Дальнейшее изучение жанровой структуры блога и его структурных компонентов позволит выявить закономерности, свойственные не только интернет-жанрам, но и в целом коммуникации в Интернете.

Список литературы

- БАС – *Большой академический словарь русского языка* / под ред. К.С.Горбачевича. М.; СПб.: Наука, 2005. Т.2. 658 с.
- Горошко Е.И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии // *Жанры речи*. Саратов: Наука, 2009. Вып.6: Жанр и язык. С.111–127.
- Горошко А.И., Жигалина Е.А. Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное. 2011. URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=223> (дата обращения: 20.02.2012).
- Дементьев В.В. Фатические и информативные коммуникативные замыслы и коммуникативные интенции: проблемы коммуникативной компетенции и типология речевых жанров // *Жанры речи*. Саратов: Колледж, 1997. Вып.1. С.34–43.
- Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса. Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2009. 477 с.
- Макаров М.Л. Жанры в электронной коммуникации quo vadis? // *Жанры речи*. Саратов: Колледж, 2005. Вып.4: Жанр и концепт. С.336–352.
- Шмелева Т.В. Модель речевого жанра // *Жанры речи*. Саратов: Колледж, 1997. Вып.1. С.88–98.
- Щипицина Л.Ю. Жанры компьютерно-опосредованной коммуникации. Архангельск: Поморский ун-т, 2009. 238 с.
- Щипицина Л.Ю. Комплексная лингвистическая характеристика компьютерно-опосредованной коммуникации (на материале немецкого языка): дис. ... д-ра филол. наук. Воронеж, 2011. 446 с.
- Herring Susan C., Scheidt Lois Ann, Bonus Sabrina, Wright Elijah. Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs, 2004. URL: <http://csdl.computer.org/comp/proceedings/hicss/2004/2056/04/205640101b.pdf> (дата обращения: 23.11.2011).
- Nardi B., Schiano D., & Gumbrecht M. Blogging as social activity, or, would you let 900 million people read your diary? // *Proceedings of Computer Supported Cooperative Work 2004*. URL: <http://home.comcast.net/%7Ediane.schiano/CSCW04.Blog.pdf> - 2004 (дата обращения: 15.05.2012).

BLOG AS AN INTERNET GENRE

Elena A. Bazhenova

Professor of Russian Language and Stylistics Department
Perm State National Research University

Irina A. Ivanova

Graduand of Russian Language and Stylistics Department
Perm State National Research University

The authors analyse the problem of the genre definition in the context of the communicative space of the Internet and differentiate the concepts of “Internet-genre” and “speech-genre”. The Internet-genre is defined as a steady polycode type of Internet communication, in which the specificity of language functioning is determined by technical characteristics. The authors differentiate broad and narrow sense of the blog. In a broad sense the blog is a site (or the site section), which contains the dated textual or multimedia records located in a return chronological order and open for reading and commenting. In a narrow sense the blog is a site (or the site section), which contains the dated records of one author, who mainly describes day-to-day events. The authors specify media, pragmatic, structural and language parameters of the blog as a special Internet communication genre.

Key words: Internet-communication; Internet-genre; blog.