

ИНТЕРНЕТ-ЖАНРЫ

УДК 81'42:004.738.5

ББК 81

DOI: 10.18500/2311-0740-2017-2-16-260-267

А. Г. Кириллов
Самара, РоссияAndrey G. Kirillov
Samara, RussiaТРАНСФОРМАЦИЯ ЖАНРА БЛОГА
В ПРОГРАММАХ ОБМЕНА
МГНОВЕННЫМИ СООБЩЕНИЯМИTRANSFORMATION OF BLOGS AS A GENRE
IN INSTANT MESSAGING APPLICATIONS

В статье рассматривается продукт преобразования гипержанра блога в современных программах обмена мгновенными сообщениями на примере сервиса Telegram как дальнейшее развитие жанров дискурса блогосферы. Новизна блогов-каналов в российском и мировом интернет-пространстве и их растущая популярность определяют актуальность исследования. Отмечаются основные сходства и отличия между классическими блогами и блогами-каналами в Telegram в рамках коммуникативно-технологической модели описания речевых жанров интернет-коммуникации, что может послужить основой для подробного изучения нового явления с дискурсивной, речезанровой, языковой позиций.

Ключевые слова: речевой жанр, интернет-дискурс, интернет-коммуникация, блог, программы обмена мгновенными сообщениями, Telegram.

The article discusses the product of the blog hypergenre's transformation in modern instant messaging applications as a further development of blogosphere discourse genres using the example of Telegram service. The novelty of blog channels in Russian and international Internet space and their growing popularity determine the relevance of the research. The main similarities and differences between classical blogs and blog-channels in Telegram are noted in the framework of the communicative-technological model of the description of the speech genres of online communication, which can function as a basis for a detailed study of the new phenomenon from the discursive, speech genre, and linguistic positions.

Key words: speech genre, Internet discourse, online communication, blog, instant messaging applications, Telegram.

Сведения об авторе: Кириллов Андрей Геннадьевич, кандидат филологических наук, доцент кафедры германских языков.

Место работы: Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка».

E-mail: andykirillov@yahoo.com

ORCID 0000-0003-2073-2754

About the author: Andrey G. Kirillov, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of the Germanic Languages.

Place of employment: Samara University of Public Administration "International Market Institute".

E-mail: andykirillov@yahoo.com

ORCID 0000-0003-2073-2754

Современная коммуникация имеет множество форм и каналов в своём распоряжении, но Интернет представляет собой всё более распространённое и даже обыденное пространство разноуровневых коммуникативных практик. Интернет предлагает удобный канал распространения информации, межличностного общения и даже управления технологическими процессами. Сегодня для выхода в глобальную сеть не нужно иметь стационарный компьютер с модемом, а достаточно обладать смартфоном с соответствующим тарифным планом. Перенос значительной доли коммуникации в мобильные формы в последние годы трансформирует уже сложившиеся формы и жанры интернет-дискурса, что требует всестороннего анализа для уточнения

и расширения понятийной базы лингвистики дискурса и анализа интернет-коммуникации.

Интернет рассматривается как разноплановое коммуникативное пространство – информационное, коммуникативное, дискурсивное. Лингвисты сходятся во мнении, что коммуникативные действия пользователей Интернета реализуются в интернет-жанрах, относимых, как правило, к персональному интернет-дискурсу [1]. Обобщённые жанры, реализуемые в виде конкретных текстов, представляются реальным воплощением относительно абстрактного понятия дискурса (институционального или персонального) [2: 112]. При этом различные жанры интернет-дискурса отличаются вариативностью, изменчивостью и взаимопроникновением [3: 157]. Поэтому одним

из распространённых направлений изучения интернет-коммуникации выступает жанроведческое, в рамках которого рассматриваются общетеоретические вопросы изучения жанров Интернета. Некоторые исследователи предлагают объединить их в теорию виртуального жанроведения, в задачи которого включают описание и структурирование всего многообразия интернет-жанров и способов их классификации [4: 105]

В. В. Дементьев, отмечая проблемы современной теории речевых жанров, указывает на то, что исследования либо выявляют новые речевые жанры (в частности, в связи с появлением новых коммуникативных каналов – того же Интернета), либо изучают трансформации традиционных речевых жанров (в том числе под воздействием новых коммуникативных каналов) [5: 80]. Это тем более актуально, когда речь заходит о коммуникативных практиках в сети Интернет, где жанровая система постоянно развивается и трансформируется прямо на наших глазах [6: 20]. Изменение системы и номенклатуры жанров интернет-дискурса непосредственно связано не только с развитием дискурсивных практик или творческого потенциала авторов, но и с модернизацией технологических возможностей их использования [7: 106].

При анализе различных жанров интернет-коммуникации возникает разногласие в терминологии. Употребляются словосочетания: виртуальный жанр, электронный жанр, интернет-жанр, дигитальный жанр, сетевой жанр, жанр интернет-коммуникации и ряд других. Например, под жанром компьютерно-опосредованной коммуникации подразумевается «типовая форма речевой деятельности, опосредованной компьютером и телекоммуникационными сетями» [2: 29–30]. Виртуальным жанром называют «вербально-знаковое оформление типичной ситуации социального взаимодействия людей посредством сети Интернет» [4: 116]. В некоторых случаях различают жанры компьютерно-опосредованной коммуникации и дигитальные жанры, т. е. любые другие жанры, которые возникают на основе коммуникации при помощи цифровых технологий [8: 19]. Наконец, под интернет-жанром понимают «устойчивые типы текста, назначение которых определяет его форму, и которые обслуживают типическую ситуацию в сети Интернет» [9: 120].

Мы полагаем, что термины «электронный» или «дигитальный жанр», будучи более широкими, по большому счёту охватывают лишь ограниченное количество реальных жанро-текстовых формаций (короткие текстовые сообщения и мобильная телефония – чуть ли не единственные представители). Все осталь-

ные формы современной электронной коммуникации происходят в и благодаря сети Интернет. Термины с элементами «виртуальный» или «сетевой» имеют свои слабые места. Поэтому, обсуждая всё многообразие жанров, получивших распространение благодаря компьютерной технике и Интернету, можно выбирать лишь между «компьютерно-опосредованными» и «интернет»-жанрами. Последний кажется нам наиболее удачным, так как сейчас коммуникация активно переходит в мобильные формы. Кроме того, «компьютерно-опосредованный» передаёт в себе акцентированный технологический оттенок. Хотя важность технологического фактора при выделении жанров интернет-коммуникации отмечается рядом исследователей [10: 8]. Таким образом, всё разнообразие обсуждаемых в дальнейшем жанров можно именовать интернет-жанрами или жанрами интернет-коммуникации. Это позволит привязать жанры не к одному (не единственному) средству опосредования общения, а к единому (общему) каналу общения.

Блог как (гипер)жанр интернет-коммуникации

Блоги представляют собой наиболее интересную форму компьютерно-опосредованной коммуникации по целому ряду причин. Будучи жанром интернет-дискурса классические блоги порождают произведения в виде обычных текстов, отличающихся от текстов, созданных вне виртуальной коммуникации лишь способом создания и каналом распространения.

За последние двадцать лет появилось множество научных работ, исследующих блогосферу и блоги с самых разных позиций – в социокультурном и социолингвистическом плане, с точки зрения анализа дискурса, с позиций теории речевых жанров и лингвистики текста, в психолингвистическом аспекте. Блоги выделяются из всего массива видов компьютерно-опосредованной коммуникации, определяются их конститутивные признаки, обозначаются основные понятия и категории дискурса блогосферы, что особенно важно в контексте оперирования взаимопонятной терминологией с точки зрения традиционной лингвистики и специфических терминов компьютерного дискурса и дискурса блогосферы [11]

Наиболее частым в лингвистической литературе является определение блога как жанра интернет-коммуникации или компьютерно-опосредованной коммуникации. Однако не все учёные согласны с такой точкой зрения. Е. Н. Галичкина [12: 58] полагает, что у блогов нет жанрообразующих признаков, а блогосфера представлена разножанровыми

произведениями. В связи с этим предлагается считать блог «специфической виртуальной оболочкой – пространством для актуализации текстов, характеризующихся широкой тематикой и жанровым многообразием».

Признавая справедливость данного мнения, считаем возможным всё-таки рассматривать блог как жанр на основании того, что блоги представляют собой единый рамочный формат, обладают прагматической направленностью и чётким дискурсивным характером, схожей структурой и вариативностью содержания. Западные исследователи также считают блог жанром на основании повторяемости электронной коммуникации [13: 143]. В частности, Иейтс и Орликовски используют понятие жанра при описании электронной коммуникации внутри организации со структурированным процессом [14: 300].

При дальнейшем исследовании блогосферы становится очевидно, что блог представляет собой гипержанр среди жанров компьютерно-опосредованной коммуникации, поскольку объединяет различные форматы, будучи как раз той самой «виртуальной» жанровой оболочкой, о которой говорила Е. Н. Галичкина. В частности, М. О. Кочеткова и И. В. Тубалова называют гипержанр блога сверхсложным жанровым макрообразованием, объединяющим в своём составе несколько жанров, распределяющим конкретные жанровые формы в своих рамках в соответствии с дифференцирующимися функциями блогосферы как социокультурной среды [15: 40]. Иногда в литературе встречается схожий термин «макрожанр» [16: 101]. Так, под макрожанром П. В. Кошель понимает единство исходного текста и комментариев в блоге. Последние присутствуют в большинстве блогов (включая даже микроблоги, в которых комментарий принимает форму самого блоггового сообщения, не теряя функции комментирования). В большинстве работ по интернет-дискурсу в отечественной науке термин «гипержанр блога» описывает единство жанров блога и комментариев к нему.

Не оспаривая возможности данного именованного единства текста блога и комментариев, мы предлагаем использовать термин «гипержанр» для обозначения совокупности разножанровых произведений в блогосфере – блог как жанр в себе, объединяющий такие формы или жанры, как собственно блог, фотоблог, корпоративный блог и микроблог. Впрочем, микроблоги в силу ряда особенностей экстралингвистического характера часто выделяются в особый жанр, что представляется нам делом исследовательского удобства. При противопоставлении терминов «гипержанр блога» vs жанры «блога» и «комментария» перечисленные нами выше жанры (блог, фотоблог,

микроблог, корпоративный блог) называются субжанрами.

Под дискурсом блогосферы следует понимать жанрово обусловленное общение между автором-адресантом и неопределённым кругом адресатов, включающее определённый набор прагматических установок и экстралингвистических факторов, рассматриваемое как целенаправленный коммуникативный акт. Блог представляет собой интернет-журнал одного или нескольких авторов с размещением в нём различных видов текстов (включая креолизованные) в обратной хронологической последовательности. Это определение опирается на толкования С. Херринг [13: 1] и Е. И. Горошко [17: 335].

Единственным каналом создания и распространения блогов является сеть Интернет вне зависимости от средства доступа к ней – компьютер, телефон. У блога может быть один или множество авторов. В последнем случае блог называется коллективным, когда каждый автор располагает полным или частичным доступом к администрированию блога. Блоги позволяют размещать как вербальные, так и креолизованные тексты, то есть тексты, сочетающие в себе вербальные и невербальные элементы с параграфемическими включениями. Традиционной формой представления записей в блогах стала обратная хронологическая последовательность, когда новые публикации размещаются первыми, выше предыдущих на странице.

Все остальные параметры компьютерно-опосредованной коммуникации, выведенные нами за рамки определения блогов, являются универсальными для интернет-коммуникации и реализуются в блогах наравне с иными формами. Наиболее релевантными здесь будут следующие: полидискурсивность, интерактивность, гипертекстовость (в том числе автореферентная гипертекстуальность), виртуальная дистантность и добровольность контактов между коммуникантами [11: 265].

Трансформация жанра блога в программах обмена мгновенными сообщениями

В последние несколько лет широчайшее распространение получили приложения для обмена мгновенными сообщениями – WhatsApp, Viber, Telegram и другие. Они существенно расширили возможности для интернет-коммуникации. По сравнению с традиционными текстовыми сообщениями данные сервисы позволяют обмениваться текстовыми сообщениями, аудиофайлами, фотографиями и даже любыми другими файлами, обходя физические и экономические ограничения смс и используя возможности смартфонов в полной мере. Короткие сообщения (sms –

short message service) превращаются в сообщения любой длины с включением в них любых файлов без необходимости оплачивать каждое сообщение. Единственным требованием к функционированию данных сервисов является наличие доступа в сеть Интернет.

Первоначальный (и до сих пор ведущий) функционал данных приложений можно рассматривать с точки зрения выделения и анализа жанра обмена короткими сообщениями, жанра интернет-чата и подобных жанров или форм интернет-коммуникации. Это яркий образец относительно коротких жанровых форм персонального интернет-дискурса, характеризующийся такими параметрами, как дистантность, добровольность контактов между коммуникантами, интерактивность. В то же время короткие сообщения изначально не подразумевали гипертекстовый характер текстов, но приложения обмена мгновенными сообщениями позволяют реализовать этот параметр в урезанном виде за счёт цитирования предыдущих сообщений любых коммуникантов (включая тех, которые не принимают участие в каждом конкретном общении), в том числе вместе с сопроводительной информацией об авторе сообщения и времени его отправки.

С развитием технологий и расширением изначального функционала программ обмена мгновенными сообщениями в них начинают переносить возможность ведения блогов. Из сервисов персонального интернет-дискурса между двумя коммуникантами они превратились в сервисы персонального интернет-дискурса между адресантом и множеством адресатов – точно так же, как это происходит в традиционных блогах. Так, отличительной особенностью Telegram от других подобных сервисов является инструмент коммуникации в формате публичных каналов.

Сервис обмена мгновенными сообщениями Telegram популярен в разных странах. Например, в Иране Telegram насчитывает более 40 миллионов пользователей, а в России лишь около 10 миллионов. Если посмотреть рейтинги и каталоги публичных каналов в Telegram, то окажется, что на узбекские каналы выделяют отдельную рубрику – вероятно, значение относительно анонимного источника распространения и получения информации в странах с автократическими режимами выше, а отсюда и больше распространённость. В Иране Telegram давно стал заметной альтернативой СМИ.

Перенос функционала блоготворчества в сервисы обмена мгновенными сообщениями не является полным. Авторы так называемых каналов (фактически то же, что и блог) публикуют тексты с различной степенью креативности, гипертекстуальными включениями

и внешними атрибутами блогов (автор, дата и время публикации, название канала, название публикации, даже кнопки одобрения). Однако макрожанр блога (текст + комментарии) реализован наполовину – публикации в каналах не предполагают каких-либо комментариев. Это не возможно и не реализовано технологически. Для какого-либо комментирования и обратной связи требуется знать контактные данные автора. Частично это ограничение снимается в тех случаях, когда автор открывает дополнительный канал коммуникации в виде группового чата, но там любое комментирование не привязано к конкретной публикации.

Таким образом, мы наблюдаем трансформацию жанра блога в рамках программ обмена мгновенными сообщениями. Как в своё время жанр блога трансформировался в жанр микроблога в силу экстралингвистических ограничений соответствующего сервиса Twitter, так и сейчас жанр блога опять трансформируется в новый жанр в рамках технологических ограничений соответствующих сервисов типа Telegram

Как назвать это новое явление, предстоит решить сообществу исследователей речевых жанров интернет-дискурса. С одной стороны, в каналах мы видим тот же авторский текст, зачастую наполненный такими элементами, как фотография, видео и гиперссылки, т. е. обычный блог. С другой стороны, отсутствует важный элемент макрожанра – комментарии. Считать ли блоги (каналы) в Telegram разновидностью жанра блога или выделять в новый жанр?

Усугубляет, если можно так выразиться, ситуацию тот факт, что Telegram предлагает авторам каналов дополнительные технологические возможности в виде сервиса создания сложнотформатированных текстов Telegraph. Данный сервис позволяет создать текст со сложной вёрсткой – абзацами, выделением элементов текста параграфическими средствами, удобной вставкой фотографий или видеороликов, наименованием публикации и указанием на автора. Созданный текст публикуется в каналах в виде гиперссылки с мгновенным доступом (instant view) прямо в приложении, минуя браузер. Автор имеет возможность редактирования текста (текст, созданный непосредственно в канале, можно редактировать только в течение ограниченного времени после публикации), но лишь при наличии точной ссылки на страницу с публикацией. По этой же ссылке любой человек может при желании открыть публикацию в браузере для чтения. Но и в этом случае отсутствует возможность комментировать.

В отличие от традиционных блогов, у автора практически нет back-end доступа к своему блогу: записи непосредственно в канале можно отредактировать в течение ограниченного времени после публикации или удалить, записи через сервис Telegraph можно редактировать, но они не располагаются в каком-либо централизованном месте, как в административной панели традиционных блогов.

Отличия блогов в каналах от традиционных блогов сводятся к двум крупным моментам. Один момент – отсутствие у блогов в Telegram административной панели с широкими возможностями администрирования своего блога – носит технологический характер. Второй момент – отсутствие функционала комментирования – имеет непосредственное отношение к жанровому разграничению двух видов блогов. Блоги в Telegram стали неким «освобождённым» от бремени неминуемой диалогичности форматом блога, и эта диалогичность реализуется только на виртуальном уровне как неявный диалог автора и читателя, не выражающийся в конкретных текстовых формах.

Следующим отличием от традиционных блогов выступает и потенциально более высокая степень анонимности публичных каналов. Безусловно, авторы классических блогов могут также выступать под псевдонимами, но в последнее время наметилась тенденция к деанонимизации авторства блогов с ассоциированием авторского контента блога с конкретным реальным человеком. В Telegram же большинство публичных каналов анонимны. С другой стороны, публичные каналы расположены в одном списке источников сообщений с реальными собеседниками (по крайней мере, в официальных клиентах сервиса), что делает даже анонимных авторов более «приблизженными» к читателю, чем блоги, доступные через браузер. Неслучайно многие блогеры заводят каналы, через которые распространяют как уникальные сообщения, так и ссылки на публикации в своих классических блогах.

Описанные выше сходства и отличия блогов и каналов полностью относятся к каналам в Telegram. У автора канала отсутствует набор способов администрирования своего блога, а сами блоги лишены функционала комментирования. Так же как и в блогах, автор (потенциально и группа авторов) дистантно коммуницирует с неограниченным кругом адресатов. Правда в отличие от классических блогов, авторы каналов видят список всех своих читателей и могут удалять кого-либо из списка, теоретически ограничивая круг читателей. Авторы классических блогов тоже могут ограничивать персональный состав читателей, но для этого потребуются сначала сделать блог

непубличным, а потом персонально выдавать пароли тем, кто допущен к кругу читателей.

Существенным отличием блогов и каналов является способ представления контента. В обоих случаях публикации выстроены в ленту сообщений. Но, если в классическом блоге публикации представлены в обратном хронологическом порядке от новых к старым (лента уходит вниз), в каналах новые сообщения появляются внизу ленты (лента уходит вверх). Такой способ нельзя считать прямым хронологическим порядком, так как при подключении к каналу читатель оказывается на последнем по времени опубликованном сообщении, но направление движения от нового к старому номинально отличается. В обоих случаях читатели могут пролистать всю ленту вплоть до самого первого сообщения/публикации. Но в каналах отсутствует какая-либо система непоследовательного пролистывания ленты.

Вся рубрикация в каналах сводится к возможности вставки в текст хэштегов (аналога меток в блогах), по клику на которые подбираются все сообщения с тем же хэштегом. Хотя в ленте канала отмечаются даты публикации, каталога сообщений по датам тоже нет. А вот количество просмотров каждой публикации в канале показывается автоматически, в отличие от классического блога, где данный функционал, как правило, не реализован. Каналы отличаются не только от классических блогов, но и от социальных сетей. Контент разных каналов не объединяется в единую ленту.

Можно кратко суммировать отличия (и сходства) между классическими блогами, которые активно изучаются в современной отечественной науке, и блогами-каналами в программе обмена мгновенными сообщениями Telegram, которые пока не получили должного освещения в научной литературе (таблица).

Поскольку любые блоги направлены в конечном итоге на передачу информации (фактуальной или эмоционально-оценочной), можно считать их одним из инструментов в современной массовой коммуникации. И с коммуникативной точки зрения классические блоги и блоги-каналы отличаются только двумя особенностями. Классические блоги дают возможность адресатам, широкой аудитории не просто пассивно усвоить информацию, но и принять участие в её активном обсуждении посредством комментирования. А блоги-каналы, хоть и лишены такой возможности, выигрывают за счёт более надёжного достижения этой самой аудитории, ведь клиенты-месенджеры установлены прямо в смартфоне, получают сообщения в режиме реального времени и посылают уведомления о получении новой публикации, тогда как для доступа к классическим блогам надо открывать браузер

Классический блог и блог-канал в сопоставительном аспекте
Traditional blog and Telegram blog-channel in a comparative aspect

Параметр	Классический блог	Блог-канал в Telegram
Технологическая платформа	Бесплатная блог-платформа (Live Journal, Wordpresscom) или CMS (Wordpress) с размещением на платном хостинге; иные варианты размещения и администрирования	Сервис обмена мгновенными сообщениями Telegram и (опционально) сервис создания текстов со сложной вёрсткой Telegraph
Точки входа аудитории	Браузер (с компьютера или смартфона)	Приложение-клиент Telegram для смартфона или компьютера; браузер (опционально для просмотра страниц, созданных в Telegraph)
Возможность публикации медиаконтента/креолизованность текста	Да (фото, видео, аудио)/поликреолизованность	Да (фото, видео, аудио); все медиафайлы публикуются только по одному на каждое сообщение (за исключением страниц, созданных в Telegraph)/преимущественно монокреолизованность
Возможность публикации текстов со сложной вёрсткой	Да, без ограничений	Да, ограниченно (только через сервис Telegraph)
Способ представления публикаций	Обратная хронологическая последовательность (типично), новое сообщение сверху ленты	Обратная хронологическая последовательность, новое сообщение снизу ленты
Функционал комментирования	Да, отключаем	Нет
Функционал внутренней гипертекстуальности	Да, свободно	Нет, только через хэштеги
Функционал внешней гипертекстуальности	Да, свободно – внутренние ссылки на внешние источники, внешние ссылки на блог	Да, ограниченно – внутренние ссылки на внешние источники, внешние ссылки на страницы в Telegraph открываются в приложении или браузере, ссылки на публикации в канале открываются в приложении; допустима только одна гиперссылка в любом сообщении, созданном непосредственно в клиенте
Функционал категоризации публикаций	Да (рубрики, метки, календарные архивы и оглавление)	Нет (только метки-хэштеги)

и страницу блога, при этом никаких уведомлений, как правило, не поступает.

Таким образом, обе разновидности блогов постепенно начинают решать разные задачи. Классические блоги вовлекают аудиторию в дискуссию по проблеме через форматы обратной связи. Блоги-каналы ускоряют донесение информации до адресата. Нельзя сказать, какой способ более выигрышный с точки зрения распространения мнений и влияния на общественное мнение. Вероятно, следует зафиксировать пока лишь факт конкурентного влияния блогов-каналов на коммуникативном поле блогосферы. А к классификации периодов развития (гипер)жанра блога, предложенной М. О. Кочетковой и И. В. Тубаловой [15: 41], теперь можно добавить новый этап – этап выхода блогов на новую технологическую платформу с рядом неизбежных трансформаций жанра.

Дальнейшим направлением исследования блогов-каналов может и должно быть сопоставление языковых характеристик традиционных блогов и блогов-каналов, а также сравнение сходных и отличающихся языковых особенностей блогов и блогов-каналов одних авторов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Сидорова И. Г. Коммуникативно-прагматические характеристики жанров персонального интернет-дискурса (сайт, блог, социальная сеть, комментарий): дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2014. 249 с.
2. Щипцина Л. Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. М.: КРАСАНД, 2010. 296 с.
3. Шурина Ю. В. Жанровое своеобразие социальной сети Instagram // Жанры речи. 2016. № 1(13). С. 156–168.
4. Горошко Е. И., Жигалина Е. А. Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное // Вопросы психолингвистики. 2010. № 12. С. 105–124.

5. Дементьев В. В. Теория речевых жанров и актуальные процессы современной речи // Вопросы языкознания. 2015. № 6. С. 78–107.

6. Андрианова Н. С. Жанры Интернет-коммуникации: о некоторых подходах // Вісн. Дніпропетр. ун-ту. Сер.: Мовознавство. 2008. Т. 16, вип. 14. С. 14–21.

7. Митягина В. А., Сидорова И. Г. Жанры персонального интернет-дискурса: коммуникативные экспликации личности // Жанры речи. 2016. № 2(14). С. 105–115.

8. Щипицина Л. Ю. Жанры компьютерно-опосредованной коммуникации. Архангельск: Поморский ун-т, 2009. 238 с.

9. Горошко Е. И., Полякова Т. Л. К построению типологии жанров социальных медий // Жанры речи. 2015. № 2(12). С. 119–127.

10. Рогачева Н. Б. Структура и функционирование вторичных речевых жанров интернет-коммуникации (на материале русского и английского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2011. 23 с.

11. Кириллов А. Г. Дискурс блогосферы: ключевые понятия и категории блогов как гипер-жанра компьютерно-опосредованной коммуникации // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвуз. сб. науч. тр. / отв. ред. А. Г. Пастухов. Вып. 12. Орел: Орл. гос. ин-т искусств и культуры, 2014. С. 260–270.

12. Галичкина Е. Н. Жанровая стратификация российской блогосферы в виртуальной коммуникации // Вестн. ВолГУ. Сер. 2. Языкознание. 2009. № 1. С. 58–63.

13. Herring S. C., Scheidt L. A., Wright E., Bonus S. Weblogs as a bridging genre // Information Technology and People. 2005. Vol. 18, no. 2. P. 142–171. URL: <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/itp.pdf> (дата обращения: 30.09.2017).

14. Yates J., Orlikowski W. J. Genres of Organizational Communication: A Structural Approach to Studying Communication and Media // The Academy of Management Review. 1992. Vol. 17, no. 2. P. 299–326. URL: <http://www.ics.uci.edu/~corps/phaseii/YatesOrlikowski-GenresOrgComm-AMR.pdf> (дата обращения: 30.09.2017).

15. Кочеткова М. О., Тубалова И. В. Динамика развития блога как жанра дискурса блогосферы: социолингвистический аспект // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. 2014. № 1 (27). С. 39–52.

16. Кошель П. В. О понятии макрожанра в интернет-коммуникации (на материале французской научно-популярной блогосферы) // Вестн. МГЛУ. 2014. № 10 (696). С. 93–102.

17. Горошко Е. И. Политический блоггинг в глобальной и локальной перспективах // Вісн. Одес. нац. ун-ту. Сер. Соціологія і політичні науки. 2009. Т. 14, вип. 13. С. 335–345.

REFERENCES

1. Sidorova I. G. *Kommunikativno-pragmatische kharakteristiki zhanrov personalnogo Internet-diskursa (sait, blog, socialnaya set', kommentariy)* [Communicative and pragmatic characteristics of the genres of the personal Internet discourse (site, blog, social network, comment)]. Diss. Cand. Sci. (Philol.). Volgograd, 2014. 249 p.

2. Shchipitsina L. Yu. *Komp'yuterno-oposredovannaya kommunikatsiya: Lingvisticheskiy aspekt analiza* [Computer-mediated communication: The linguistic aspect of the analysis]. Moscow, Krasandr Publ., 2010. 296 p.

3. Shchurina Iu. V. *Zhanrovoe svoeobrazie sotsial'noi seti Instagram* [Genre individuality of Instagram social net].

Zhanry rechi [Speech Genres], 2016, no. 1(13), pp. 156–168.

4. Goroshko E. I., Zhigalina E. A. *Virtual'noe zhanrovedenie: ustojavsheesja i spornoe* [Virtual image: an established and controversial]. *Voprosy psiholingvistiki* [Issues of psycholinguistics], 2010, no. 12, pp. 105–124.

5. Dementyev V. V. *Teoriya rechevykh zhanrov i aktual'nyue protsessy sovremennoj rechi* ["Speech genre" theory and actual processes in contemporary speaking]. *Voprosy Jazykoznanija* [Topics in the study of language], 2015, no. 6, pp. 78–107.

6. Andrianova N. S. *Zhanry Internet-kommunikatsii: o nekotorykh podkhodakh* [Genres of Internet communication: some approaches]. *Visnik Dnipropetrovs'kogo universitetu. Seriya: Movoznavstvo* [Visnyk of Dnipropetrovsk University. Ser. Linguistics], 2008, vol. 16, iss. 14, pp. 14–21.

7. Mitiagina V. A., Sidorova I. G. *Zhanry personal'nogo internet-diskursa: kommunikativnye eksplikatsii lichnosti* [The genres of the personal Internet discourse: communicative explications of a person]. *Zhanry rechi* [Speech Genres], 2016, no. 2(14), pp. 105–115.

8. Shchipitsina L. Yu. *Zhanry komp'yuterno-oposredovannoi kommunikatsii* [Genres of computer-mediated communication]. Arkhangelsk, Pomorskiy un-t Publ., 2009. 238 p.

9. Goroshko E. I., Poliakova T. L. *K postroeniiu tipologii zhanrov sotsial'nykh medii* [The construction of genre typology of the social media]. *Zhanry rechi* [Speech Genres], 2015, no. 2(12), pp. 119–127.

10. Rogacheva N. B. *Struktura i funkcionirovanie vtorichnykh rechevykh zhanrov internet-kommunikatsii (na materiale russkogo i angliiskogo yazykov)* [Structure and functioning of secondary speech genres of Internet communication (based on the material of Russian and English)]. Diss. Cand. Sci. (Philol.). Saratov, 2011. 23 p.

11. Kirillov A. G. *Diskurs blogosfery: klyuchevye poniatia i kategorii blogov kak giper-zhanra komp'yuterno-oposredovannoi kommunikatsii* [Blogsphere discourse: key concepts and categories of blogs as a hyper-genre of computer-mediated communication]. *Zhanry i tipy teksta v nauchnom i mediinom diskurse: mezhvuz. sb. nauch. tr.* [Genres and types of the texts in the scientific and media Discourse: interuniversity collection of scientific papers], Orel, 2014, iss. 12, pp. 260–270.

12. Galichkina E. N. *Zhanrovaia stratifikatsiia rossiiskoi blogosfery v virtual'noi kommunikatsii* [Genre stratification of Russian blogsphere in virtual communication]. *Vestnik VolGU. Seriya 2. Iazykoznanie* [Bulletin of Volgograd State University, Ser. 2. The study of language], 2009, no. 1, pp. 58–63.

13. Herring S. C., Scheidt L. A., Wright E., Bonus S. *Weblogs as a bridging genre*. *Information Technology and People*, 2005, vol. 18, no. 2, pp. 142–171. Available at: <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/itp.pdf> (Accessed 30 September 2017).

14. Yates J., Orlikowski W. J. *Genres of Organizational Communication: A Structural Approach to Studying Communication and Media*. *The Academy of Management Review*, 1992, vol. 17, no. 2, pp. 299–326. Available at: <http://www.ics.uci.edu/~corps/phaseii/YatesOrlikowski-GenresOrgComm-AMR.pdf> (Accessed 30 September 2017).

15. Kochetkova M. O., Tubalova I. V. *Dinamika razvitiia bloga kak zhanra diskursa blogosfery: sotsiolingvisticheskiy aspekt* [Development of the blog as a genre of the blogsphere discourse: the sociolinguistic aspect].

Vestn. Tom. gos. un-ta. Filologiya [Tomsk State University Journal. Philology], 2014, no. 1 (27), pp. 39–52.

16. Koshel P. V. O poniatii makrozhanra v internet-kommunikatsii (na materiale frantsuzskoi nauchno-populiarnoi blogosfery) [About the notion of macrogenre in communication on the web (on the material of French scientific popular blogosphere)]. *Vestnik MGLU* [MSLU Bulletin], 2014, no. 10 (696), pp. 93–102.

17. Goroshko E. I. Politicheskii blogging v global'noi i lokal'noi perspektivakh [Political blogging locally and globally]. *Visnik Odes'kogo natsional'nogo universitetu. Ser. «Sotsiologiya i politichni nauki»* [Odesa National University Herald. Sociology and Politics], 2009, vol. 14, iss. 13, pp. 335–345.

Статья поступила в редакцию 05.10.2017

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Кириллов А. Г. Трансформация жанра блога в программах обмена мгновенными сообщениями // *Жанры речи*. 2017. № 2 (16). С. 260–267. DOI: 10.18500/2311-0740-2017-2-16-260-267

For citation

Kirillov A. G. Transformation of Blogs as a Genre in Instant Messaging Applications. *Speech Genres*, 2017, no. 2 (16), pp. 260–267. DOI: 10.18500/2311-0740-2017-2-16-260-267.