

На правах рукописи

Курманова Данара

**Роль блогосферы в формировании медиареальности Закавказья
(на примере Армении и Грузии)**

Специальность 10.01.10 – журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Москва — 2021

Работа выполнена на кафедре теории и истории журналистики филологического факультета Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Научный руководитель:

кандидат филологических наук, доцент **Базанова Анна Евгеньевна**

Официальные оппоненты:

Уразова Светлана Леонидовна, доктор филологических наук (10.01.10), профессор, доцент, заведующая научно-исследовательским сектором федерального государственного бюджетного образовательного учреждения дополнительного профессионального образования «Академия медиаиндустрии»;

Рева Екатерина Константиновна, доктор филологических наук (10.01.01), доцент, заведующая кафедрой «Журналистика» федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Пензенский государственный университет»;

Алекян Марине Васильевна, кандидат филологических наук (10.01.10), заведующая кафедрой журналистики межгосударственного образовательного учреждения высшего образования «Российско-Армянский университет».

Защита диссертации состоится «18» июня 2021 г. на заседании диссертационного совета при Российском университете дружбы народов по адресу: 117198, Москва, Миклухо-Маклая, д. 10, ауд. 731.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке Российского университета дружбы народов (117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6)

Объявление о защите и автореферат размещены на сайтах <http://vak.ed.gov.ru> и <http://dissovet.rudn.ru>.

Автореферат разослан «18» мая 2021 г.

Ученый секретарь диссертационного совета
кандидат филологических наук, доцент

А. Е. Базанова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Стремительное развитие интернета, в частности, социальных сетей, повлекло за собой существенные изменения журналистики и медиарынка. Трансформировались все области передачи массовой информации: снижение читательского интереса к печатным СМИ привело к мультимедиатизации прессы, переходу информации в цифровую форму, появлению как онлайн-версий печатных СМИ, так и независимых новых интернет-изданий, или, как их называют, новых медиа. Благодаря развитию социальных сетей СМИ стали более динамичными, оперативными и интерактивными, а рост числа интернет-пользователей и возможность не только потреблять контент, но и самостоятельно создавать его, привели к возникновению нового информационного пространства – блогосферы.

Актуальность данного исследования определяется тем, что в нем исследуются особенности и анализируются тенденции медийных процессов, происходящих на наших глазах за последние 20 лет, связанные с сиюминутным усилением роли как армянской, так и грузинской блогосферы в конструировании медиареальности Закавказья.

Здесь, безусловно, следует объяснить, почему исследование не включает в себя Азербайджан. Дело в том, что становление и армянской, и грузинской блогосферы было обусловлено социально-экономическими и политическими кризисами, развивавшимися практически параллельно и одинаково: ухудшение качества жизни населения, падение уровня журналистики в связи с миграцией квалифицированных специалистов и отсутствием средств на поддержку печати, недовольство властью, девальвация национальной валюты, обнаружение нарушений в ходе выборов, протесты, митинги и, как следствие, недоверие к официальным СМИ, поддерживающим правящую партию. Все это в совокупности с развитием технологий массовой коммуникации привело к формированию нового, более независимого информационного пространства – блогосферы.

Блоги стали площадкой для массовой гражданской журналистики во время революций в Армении и Грузии, из-за чего оба этих государства вошли в десятку рейтинга «Индекс свободы интернета-2019» от Freedom House, в отличие от Азербайджана, который оказался в конце списка и был признан страной с несвободным интернетом. В Азербайджане, по данным рейтинга, существует цензура и контроль онлайн-СМИ, в то время как в Грузии цензура отсутствует вообще, а в Армении сведена к минимуму. Поэтому можно утверждать, что процессы развития блогинга в Грузии и Армении сравнимы между собой.

Также и Армения, и Грузия рассматривают туризм в качестве основного вектора экономического развития. Данная отрасль влияет на медиаэкономику государств, что подтверждает создание цифровых проектов и новых медиа, призванных рекламировать туристический потенциал стран. Отметим при этом, что государства, ставшие объектами анализа в диссертационной работе, посредством новых медиа обращаются к одной и той же аудитории – жителям стран ближнего зарубежья, что, в свою очередь, ведет к повышению востребованности медиатекстов на русском языке в Закавказье, в то время как их трансляция на блог-платформах в социальных сетях является наименее финансово затратным и наиболее быстрым способом передачи информации. Помимо этого, русский язык в блогосфере Армении и Грузии необходим

для поддержания коммуникации с соотечественниками, проживающими за рубежом. Все эти явления, безусловно, влияют на медиаландшафт региона и создание его медиаобраза, а значит, представляют интерес с научной точки зрения.

Степень научной разработанности темы. Анализ медиареальности – актуальная тема для исследования во многих странах, однако в Закавказье степень разработанности данной проблемы невысока. Фундаментальные исследования в областях журналистики, филологии, лингвистики в Армении и Грузии проводились в середине XX века, однако данные исследования соответствовали вызовам и научно-техническим достижениям своего времени, изучая печать, радио и телевидение. Современные фундаментальные исследования в сфере медиа не проводились в связи с военными действиями, экономическим кризисом и, как следствие, отсутствием финансирования науки. Информация о развитии новых медиа и медиареальности в Закавказье на сегодняшний день представлена лишь в виде статей, носящих обрывочный характер и не отличающихся многоаспектностью. Стоит также добавить, что русский язык потерял статус официального в Армении и Грузии после распада Советского Союза, поэтому большинство работ опубликовано на армянском и грузинском языках, не являющихся массовыми, и для широкого научного круга они недоступны.

Значительную часть исследований южно-кавказских медиа проводят не отечественные специалисты, а международные организации (например, ОБСЕ в Армении и НПО «Transparency International» в Грузии). Их проекты обычно дают общее представление о состоянии южно-кавказской медиасреды, блогосфера часто даже не становится предметом анализа в исследовании. Например, в докладе «Новые СМИ Армении» М. Асламазян для ОБСЕ акцент сделан только на онлайн-газетах, а эксперты «Transparency», изучая рынок рекламы в Грузии, сосредоточились только на телевидении и радио – онлайн-реклама даже не была включена в отчет.

Роль блогинга в формировании южно-кавказского медиaprостранства до сих пор не изучена, впрочем, как и новые медиа. Национальное агентство статистики Грузии не включает онлайн-издания в список СМИ, выходящих на территории государства, указывая только печать, однако и эти данные являются устаревшими, так как в последний раз обновлялись в 2016 г. При этом, согласно исследованию IDFI, посвященному использованию интернета в Грузии, если в 2010 г. к мобильному интернету были подключены около 800 тысяч граждан страны, то в 2019 г. данный показатель достиг 3,2 млн чел.

Что касается Статистического комитета Республики Армения, данные по зарегистрированным СМИ здесь тоже не обновляются. Самый свежий отчет по СМИ – это доклад Ереванского пресс-клуба, но он датирован 2014 г. Тем временем, как и в Грузии, количество интернет-пользователей в Армении растет. Как пишет социолог центра политических исследований «Нораванк» Самвел Манукян, число интернет-пользователей выросло с 62% в 2012 г. до 78% в 2016 г. Самым распространенным источником информации в армянском интернете, по информации фонда, также является Facebook – им пользуется 39% пользователей. Однако комплексный анализ блогов, их взаимосвязи со СМИ и степени участия в создании повестки дня отсутствует, из-за чего судить о реальном состоянии блогосферы в Армении и Грузии трудно.

Объектом изучения в диссертационном исследовании стала блогосфера Армении и Грузии, рассматриваемая как существенная составная часть медиареальности Закавказья.

Предметом исследования выступают особенности политических и литературных блогов Армении и Грузии с аудиторией более 5 тысяч подписчиков – 10 политических и 5 литературных блогов.

Цель диссертационной работы – на основе исследования содержания и формы политических и литературных блогов выявить особенности, сходства и различия в функционировании блогосфер Армении и Грузии в условиях медиареальности Закавказья.

Для достижения данной цели необходимо решение следующих исследовательских задач:

1. Определить понятия «блог», «блогинг», «блогосфера» и «медиареальность» в системе армянских и грузинских медиа, изучить становление и развитие блогосреды в Армении и Грузии с 2000 по 2020 гг., в частности, проанализировать этапы формирования медиаконвергенции в блогосфере Закавказья и основ социально-правового регулирования в области блогинга;

2. Изучить структуру современных армянских и грузинских блогов как элемента медиaprостранства и медиакультуры Закавказья;

3. Провести контент-анализ политических блогов Армении и Грузии и выявить их уровень персонификации, а также использования национально-культурных детерминант по концепции Ю. Н. Караулова, изучая их влияние на блогосферу Закавказья;

4. Провести сравнительный анализ медиатекстов популярных армянских и грузинских политиков-блогеров, а также блогеров-публицистов как языковых личностей, составить их речевые портреты и на основе полученных данных описать собирательный образ современного армянского и грузинского политиков в блогосфере Закавказья;

5. Выявить уровень востребованности формата сторителлинга в блогосфере Закавказья и его роль в формировании медиаобразов, стереотипов и клише, связанных с Арменией и Грузией, среди зарубежной аудитории;

6. Обозначить основные закономерности развития южно-кавказской медиасреды.

Диссертационное исследование опирается на широкий спектр **источников**, которые можно сгруппировать по трем ключевым направлениям:

1. Концептуальные теоретические работы отечественных и зарубежных исследователей, где изучаются различные аспекты заявленной автором темы;
2. Официальные источники: доклады и отчеты международных организаций (ОБСЕ, «Открытое общество», «Transparency», «Freedom House», IREX), данные Комитета по статистике Республики Армения и Грузинского национального агентства статистики, а также законодательные и нормативные документы Республики Армения и Республики Грузия
3. Материалы блогов премьер-министра Грузии Георгия Гахария, президента Грузии Саломе Зурабишвили, мэра Тбилиси Кахи Каладзе, лидера партии «Единое национальное движение» Григола Вашадзе, третьего президента Грузии Михаила Саакашвили, премьер-министра Армении Никола

Пашиняна, президента Армении Армена Саркисяна, президента Нагорно-Карабахской республики Араика Арутюняна, депутатов Эдмона Марукяна и Наиры Зограбян, публицистов Наринэ Абгарян, Тинатин Диас, Валентины Семилет, Мариам Сараджишвили, Елены Петросян. Всего в рамках исследования было изучено 2 925 медиатекстов – из них 503 единицы относятся к литературным блогам, а 2 422 – к политическим.

Теоретическая и методологическая основа исследования. В соответствии с замыслом и характером работы теоретической и методологической основой исследования является междисциплинарный подход к изучению блогосферы региона в контексте медиареальности, сочетающий положения теории журналистики и массовой коммуникации, философии, лингвистики, истории, имагологии и социологии. Также в исследовании применен комплекс методологических приемов и подходов. В ходе анализа использовались такие методы, как: системный анализ, компаративный контент-анализ, теоретическое моделирование, лингвокогнитивный анализ, лингвистическое описание, интервью, опрос, наблюдение, а также методы статистической обработки информации.

Хронологические рамки исследования охватывают период от 2000 до 2020 гг. – периода становления, развития и трансформации блогинга на территории Армении и Грузии.

Научная новизна исследования состоит в том, что существующие информационно-коммуникативные сведения об армянском и грузинском блогинге объединены с результатами самостоятельно проведенного автором анализа дискурсивно-текстовых элементов блогов. Вся эта информация структурирована в общий нарратив, позволяющий судить о воздействии современной армянской и грузинской блогосферы на формирование южно-кавказской медиареальности. Также автор впервые пытается представить комплексное описание блогосфер Армении и Грузии и определяет механизмы развития блогинга в Закавказье. Полученные выводы дают возможность классифицировать жанры, характерные для грузинских и армянских блогов, и выявить их смешение. Помимо этого, автор анализирует специфику трансформации русского языка, основные коммуникационные стратегии и выбор повестки дня в блогосфере Закавказья.

Стоит также отметить, что в диссертации проанализировано речевое поведение публичных языковых личностей в условиях Вооруженного конфликта в Нагорном Карабахе в 2020 г. Изначально контент-анализ блогов, авторами которых являются карабахские политики и публицисты, не был заявлен в плане исследования, однако военные действия оказали влияние на формирование повестки дня, связанной с регионом, и, соответственно, на риторику в блогах Закавказья. В связи с этим в исследование был включен блог Араика Арутюняна, что отразилось на структуре и объеме второй главы исследования.

Положения, выносимые на защиту:

1. После длительного кризиса, начавшегося с распадом СССР, журналистика в Армении и Грузии вступила в новый этап развития благодаря новым коммуникационным средствам, блогингу в том числе. Некоторые печатные издания, находившиеся на грани закрытия (к примеру, газета «Вечерний Тбилиси»), создали интернет-версии, тем самым привлекая больше читателей. Другие издания, как армянская газета «След», вообще отказались от печатной версии и выходят только в

электронном виде, что позволило им сократить расходы и при этом увеличить охват аудитории. Часто в онлайн-версиях издания есть рубрика «Блоги», как на платформе ИА «Спутник». Но большей популярностью в Закавказье пользуются блоги в рамках социальной сети (особенно Facebook), не обладающие автономным сайтом, часто не попадающие под определение сетевого издания, но занимающиеся производством и распространением уникального контента.

2. Аффилированные журналисты выбирают блоги в социальных медиа, поскольку они чаще всего не привязаны к политике конкретного издания и предполагают больше возможностей для оппозиционной и гражданской журналистики. Доверие аудитории Закавказья к блогам доказывает и тот факт, что все больше публичных личностей и политических деятелей создают блоги в социальных сетях, чтобы сделать процесс коммуникации с аудиторией более интерактивным. Данные блоги обладают характеристиками классических СМИ: регулярностью публикаций, рубрикой, разработкой авторского контента, поэтому в Закавказье блоги можно рассматривать как СМИ. Более того, часть контента в традиционных СМИ формируется как реакция или продолжение тем, обсуждаемых в блогосфере. В связи с этим можно говорить о прямом влиянии блогинга на медиареальность Закавказья.

3. Блогинг в Грузии и Армении способствует возрождению и популярности журналистики на русском языке. Несмотря на то, что русский язык не является официальным в обоих государствах, последние пять лет наблюдается увеличение количества русскоязычных онлайн-изданий. Во-первых, из-за высокого уровня миграции в 1990-х годах значительную часть аудитории сетевых изданий составляют грузинские и армянские диаспоры за рубежом, преимущественно в русскоязычных странах. В каждой диаспоре есть определенный процент аудитории, легче воспринимающей информацию на русском языке. Во-вторых, рост потока туристов и укрепление партнерских связей со странами СНГ обеспечивают интерес к странам и потребность в информации.

4. Национально-культурные речеповеденческие детерминанты, входящие в концепцию языковой личности по Ю. Н. Караулову – это важный системообразующий элемент блогинга Закавказья в контексте медиареальности. Изучая повестку дня в Армении и Грузии, можно заметить, что в основном именно проблемы межкультурной коммуникации становятся причинами конфликтов и негативных инфоповодов в СМИ. Традиции и культура также формируют базовые медиаобразы данных стран, выбравших туризм как двигатель развития экономики.

Теоретическая значимость диссертационного исследования объясняется необходимостью теоретического обоснования грузинского и армянского блогинга, а также определения статуса блогосферы в системе цифровых СМИ и медиасреде Закавказья.

Практическая ценность диссертационного исследования заключается в возможности его использования в преподавании таких дисциплин, как «Теория и практика международной журналистики» и «Современная зарубежная журналистика», а также в исследованиях в области психолингвистики, политологии, международных отношений, стилистики и медиареальности. Результаты исследования будут полезны и журналистам-практикам, работающим в Армении и Грузии.

Апробация результатов исследования. Главные результаты данного диссертационного исследования изложены в статьях, докладах и сообщениях в рамках научных конференций и форумов различного уровня: международной научной конференции СПбГУ «Язык в координатах массмедиа, этики и права - 2020»; международной научной конференции МГУ им. М. В. Ломоносова «Журналистика в 2020 году: творчество, профессия, индустрия»; Всероссийской конференции РУДН «Медиареальность России: вчера, сегодня, завтра»; международной конференции РУДН «Массмедиа России и зарубежных стран: глобальное и национальное»; международной конференции «International Scientific and Pedagogical Forum: Language, Culture, Translation: Comparative Studies»; международной научно-практической конференции МГУ им. М. В. Ломоносова «Журналистика в 2019 году: творчество, профессия, индустрия»; международной научно-практической конференции МГУ им. М. В. Ломоносова «Журналистика 2018».

По теме диссертации опубликовано 8 научных работ, в том числе две в научных изданиях, индексируемых WoS, и три в научных изданиях, рекомендованных ВАК РФ и РУДН.

Структура работы. Диссертационное исследование состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы, а также дополняется 4 приложениями.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы диссертации, оценивается степень разработанности проблемы, формулируются цели и задачи исследования, раскрывается его научная новизна и практическая значимость, указываются методологические основы и источники, на которые опирается диссертационное исследование.

В первой главе «**Развитие блогосферы Грузии и Армении в 2000-2020 гг.**» автор исследования устанавливает связь между понятиями «новые медиа», «блогинг», «блогосфера», «интертекстуальность», «медiateкст» и «медиареальность», в контексте которой изучаются блоги Закавказья. Также в главе дается обзор становления блогинга в Армении и Грузии; рассказывается о роли блогинга в процессах медиаконвергенции на территории Закавказья; приводятся основные определения блогов, блогинга и новых медиа в сфере социально-правового регулирования региона; раскрывается степень влияния медiateкстов в блогах на медиакультуру Южного Кавказа и конструирование имиджа региона.

В первом параграфе «**Влияние различных аспектов медиаконвергенции на блогосферу Грузии и Армении**» автор исследования изучает глобальность явления блогинга, анализируя армянскую и грузинскую блогосферы как компоненты единой блогосистемы и международного медиапространства. Данную гипотезу подтверждает тот факт, что сегодня у каждого СМИ есть свой блог или иногда целый ряд блогов, которые публикуют информацию на трех языках – государственном, русском и английском, - с целью обеспечить прирост читателей из стран СНГ и ЕС. Следовательно, развитие новых информационных технологий ведет к увеличению объемов контента и расширению коммуникационного пространства, то есть к конвергенции и мультимедиатизации грузинских и армянских СМИ.

В медиaprостранстве Закавказья можно выделить конвергенцию нескольких типов. Прежде всего, это конвергенция сетей – переход от аналогового сигнала в цифровой. Так, в Армении переход от аналогового сигнала к цифровому завершился в 2015 г. Перешла на цифровое вещание с 2015 г. и Грузия. Далее стоит отметить конвергенцию терминалов – слияние различных технических устройств в единый терминал, осуществляющий трансляцию информации. К числу конвергентных терминалов относятся компьютер, смартфон и т.д. Развитие технологий, в свою очередь, порождает конвергенцию услуг, когда различные услуги предоставляются аудитории единым электронным способом. В данном случае блоги как раз являются наиболее иллюстративным примером, поскольку существует такое понятие, как «зеркальные блоги», то есть блоги, представленные для пользователей различных социальных сетей. Благодаря функции дублирования можно разместить публикацию лишь на одной площадке, на остальных она появится автоматически в то же время.

Данные процессы создают почву для конвергенции рынков, когда телекоммуникационные компании могут наращивать уровень влияния на медиарынке путем увеличения объемов производства, создавая собственные телеканалы, интернет-телевидение, видеоблоги, сайты, онлайн-издания и т.п.

На сегодняшний день в Грузии и Армении наблюдается следующая модель слияния: СМИ входят в состав крупных концернов. В 2019 г. в связи с распадом медиахолдинга «PanArmenian Media Group» телеканал «Armenia TV», включающий одноименный видеоблог, и радиостанция «Radio Jan» присоединились к компании «Comedy Club Production», которая, в свою очередь, принадлежит российскому холдингу «Газпром-медиа». В Грузии данная тенденция наблюдается с 1996 г., когда грузинская телекомпания «Channel 9» вошла в состав холдинга «Карту групп», принадлежащего основателю политической партии «Грузинская мечта» Бидзины Иванишвили.

Также среди видов медиаконвергенции выделяется конвергенция регулирования, возникающая в результате формирования совместных рынков или платформ. Например, все отделы мэрии Тбилиси в социальных сетях объединены блогом в Facebook. В комментариях к публикациям блога «Tbilisi City Hall» жители столицы Грузии могут голосовать за социальные реформы, оставлять свое мнение или жалобу по социальным вопросам. В Армении глава паспортно-визового департамента полиции Мнацакан Бичахчян создал личный блог в Facebook, чтобы граждане страны оповещали его о проблемах, с которыми сталкиваются в паспортных столах. На основе комментариев к публикациям Бичахчян смог предложить реформы по улучшению работы департамента.

Таким образом, анализируя данные в процессе написания параграфа диссертант приходит к выводу, что блогинг можно отнести ко всем перечисленным видам медиаконвергенции, поскольку современные блоги становятся все труднее стандартизировать – они включают в себя не только текст, но и аудиовизуальные компоненты. К примеру, если еще в 2017 г. блог мэра Тбилиси Кахи Каладзе состоял исключительно из текстов и изображений, иллюстрирующих их, на сегодняшний день глава грузинской столицы раз в неделю выходит в прямой эфир, где обсуждает с читателями блога нововведения и обустройство города. Опция прямых эфиров пришла в блоги из телевидения.

Стоит отметить и технологическую конвергенцию, к которой относятся различные технологии воздействия на аудиторию – журналистские, языковые, психологические, рекламные и PR. Учитывая, что часто блоги ведут профессиональные журналисты и медиаэксперты, а также что блоги ведут для создания и/или поддержания имиджа, блогосфера тесно связана и с этим направлением конвергенции.

Во втором параграфе **«Основы социально-правового регулирования блогосферы в Грузии и Армении»** раскрываются базовые аспекты местных законодательств в отношении СМИ, ставится вопрос о необходимости изменения правового статуса блога в Закавказье, поскольку в обеих странах нет ни одного документа, который бы определял и регулировал деятельность блогеров. Основой для правовой оценки их деятельности является, прежде всего, Конституция.

Обзор законодательств двух государств, приведенный в параграфе, демонстрирует, что непродуманность некоторых законов создает почву для буллинга в онлайн-среде. В частности, грузинский закон «О свободе слова и выражения» иногда способствует возможности оклеветать публичного человека в интернете и социальных сетях, как, например, в том случае, если причиной судебных разбирательств становится клевета, опубликованная журналистом, то в роли ответчика выступает владелец издания. Получается, журналист не несет полной ответственности за распространение ложной и порочащей информации.

Что касается Армении, здесь слабо проработаны правила функционирования онлайн-СМИ, особенно вопрос их коммерциализации. Однако стоит учитывать, что закон «О рекламе» был принят в 1996 г. и он подразумевает телевидение и радио, в связи с чем специфические пункты, касающиеся интернет-рекламы, в документе отсутствуют.

Не менее интересной является статья 8 Закона, которая называется «Пристойность рекламы» и демонстрирует основное различие правовых сфер Армении и Грузии в вопросе регулирования онлайн-медиа. Согласно данной статье, реклама в Армении должна соответствовать национальным нормам морали. То есть статья 8 наглядно демонстрирует, что в связи с небольшой численностью населения и высоким процентом миграции власти Армении пытаются сохранить национальную самобытность и идентичность даже на законодательном уровне.

В Армении также существует Всеармянская Ассоциация СМИ. Это специальная информационная структура, нацеленная объединить все СМИ на армянском языке. В рамки деятельности Ассоциации входит создание единой электронной базы СМИ, публикуемых на армянском языке, либо рассказывающих об Армении независимо от их местонахождения, и в данный список входят в том числе блоги, что подчеркивает их важность для медиаландшафта страны. Стоит отметить, что в Грузии подобных пунктов в законах нет, то есть соотечественники за рубежом не являются приоритетной аудиторией для государства.

В третьем параграфе **«Роль блогосферы Армении и Грузии в формировании медиакультуры Закавказья»** диссертант рассматривает блогосферу Закавказья как часть медиакультуры региона; дает определение понятия «медиакультура»; демонстрирует связь между коммерциализацией и культурными трендами в сфере медиа.

Медиакультура – это особый тип культуры информационного общества, совокупность ценностей, присущая именно информационному обществу, то есть культура передачи информации и культура ее восприятия. Последний тезис наиболее релевантен для данного исследования, поскольку объектом анализа является медиакультура конкретного региона, характеризующегося собственным набором ценностей, который, в свою очередь, влияет на восприятие информации.

Информационное общество – это общество, для которого присуще увеличение степени важности информации и знаний, поскольку основную нишу труда занимает производство и реализация информации, а также высокий уровень информатизации социума, создание глобального информационного пространства. Блогосфера является составляющей этого пространства, и с одной стороны, глобализация и коммерциализация в сфере медиа несут в себе определенный вред: текст становится товаром потребления, и особенно это заметно именно в блогах, где часто используется скрытая реклама, иногда наносящая ущерб качеству контента.

Медиакультура изучает влияние коммерциализации на уровень культуры. Известно, что Instagram в целях борьбы со скрытой рекламой обязывает известных блогеров уведомлять подписчиков, какой материал является рекламным, с помощью специальной метки «Спонсор публикации». Уже исходя из этого нововведения, можно утверждать, что блог – это экономический объект, зависящий от спроса.

Массовость обеспечивается глобализацией, так как благодаря оперативности медиа сообщение можно получить за долю секунды независимо от расстояний и государственных границ. Глобализация медиа, в свою очередь, порождает хаотичность, избыточность информации, которые тоже являются негативными факторами. Однако при этом массовость и глобализация не всегда ведут к снижению уровня культуры, а наоборот, во многих случаях помогают популяризировать культурные явления. Здесь в качестве примера можно привести цифровизацию Парламентской библиотеки Грузии или акции в социальных сетях, посвященные премии «Аврора», присуждаемой общественным деятелям, которые внесли свой вклад в спасение человеческих жизней.

Данные примеры показывают, что современные медиа перестали играть только роль транслятора информации, помимо передачи информации, сегодня они выполняют еще одну функцию – производят культурные коды. Убедиться в этом можно на примере армянского цифрового культурного проекта «Ararat Challenge». Одним названием платформа демонстрирует, что гора Арарат является культурным символом Армении. Другой пример - официальный блог мэрии города Тбилиси «Tbilisi City Hall». PR-департамент мэрии совместно с департаментом туризма разработали несколько имиджевых концепций для привлечения туристов через социальные сети: «Тбилиси – город, который любит вас» и «Город, наполненный любовью».

Вторая глава **«Сравнительный анализ современного состояния политического блогинга в Армении и Грузии»** посвящена описанию политических блогов – в частности, в главе дана характеристика этого вида блогинга; проанализировано влияние авторского «я» политика-блогера на востребованность и продвижение его страницы в социальных сетях. Выявлен эффект воздействия на аудиторию медиатекстов с использованием национально-культурных детерминант.

Также в главе представлены результаты компаративного анализа речевых портретов политиков-блогеров Армении и Грузии.

В первом параграфе **«Персонификация как инструмент продвижения политического блогинга (на примере блогов политиков Грузии и Армении)»** диссертант показывает роль авторского «я» в продвижении политических блогов. Дело в том, что в условиях развития интернета особую важность приобретает персонификация информации – процесс личного и личностного воздействия, когда аудитория ассоциирует контент с человеком, который его транслирует.

Одним из способов персонификации политической информации на сегодняшний день является блогинг. Практически все политические деятели Армении и Грузии ведут личные блоги, что свидетельствует о росте влияния блогосферы на политику и общество Закавказья.

В медиа каждый политик проявляет себя как языковая личность, и здесь необходимо дать определение языковой личности. Языковая личность – это носитель определенного языка, которого можно охарактеризовать на основе анализа произведенных им текстов для отражения видения им окружающей действительности или достижения конкретных целей с точки зрения использования системных средств данного языка, уровня владения языковыми компетенциями и степени структурно-языковой сложности текста.

Анализируя языковую личность в политической сфере, нельзя забывать, что политический блогинг имеет целый ряд особенностей, так как он отражает не столько свойства конкретной языковой личности политика, сколько создает имиджевую структуру личности политика, и в её персонификацию в блоге всегда вмешивается работа PR-служб с целью придать ей наиболее выигрышные дополнительные особенности.

Учитывая вклад специалистов по связям с общественностью в развитие политических блогов, в данном исследовании автор обращает внимание на политиков Армении и Грузии, которые ведут блоги лично, однако при участии PR- и SMM-специалистов. Личным вкладом в развитие блога в рамках исследования считается регулярное ведение стримов и публикация видеоконтента, где политик выступает в качестве ведущего прямого эфира, либо модератора дискуссии.

Ораторские способности всегда играли важную роль в политической карьере, однако теперь политическим деятелям приходится выступать не только устно, на радио и телевидении, но и письменно, в личных аккаунтах в соцсетях и на сайтах. Так как блог является средством самопрезентации, отчасти он определяет политика как языковую личность.

Набор речевых предпочтений и культура речи создают своеобразный речевой портрет политика, который, в свою очередь, становится важной частью имиджа, поскольку посредством ведения блога политик может рассказать о своей предвыборной программе. Коммуникативная активность в блоге отражает политическую активность кандидата – многие политики публикуют в блогах отчеты о своей работе.

Помимо этого, через блог, оставляя публикации и отвечая на комментарии к ним, политик может продемонстрировать набор фоновых знаний, личные принципы, поведение, присущее ему в обычной жизни, что также повышает уровень лояльности электората, и умение выходить из конфликтных, кризисных ситуаций. Таким образом,

в качестве примера можно привести блог действующего президента Грузии Саломе Зурабишвили, на который по состоянию на 2020 год были подписаны 107 660 человек. Важно отметить, что в своем блоге Зурабишвили не общается с аудиторией и не устраивает прямых эфиров, а стремится придать аккаунту официальный характер, в отличие от мэра Тбилиси Кахи Каладзе, на чей блог по состоянию на аналогичный период были подписаны 441 233 пользователя Facebook. К слову, персонификация помогает главе столицы развивать и блог мэрии – если за блогот мэрии Еревана, ограничивающимся публикацией коротких новостных заметок, следят 58 376 пользователей Facebook, то на страницу мэрии Тбилиси «Tbilisi City Hall» подписаны 258 766 человек.

Во втором параграфе **«Влияние национально-культурных детерминант на персонификацию и языковую личность в политическом блогинге»** диссертант, опираясь на теорию языковой личности Ю. Н. Караулова, изучает роль национальных ценности в медиатекстах армянских и грузинских политиков.

Языковая личность - носитель языка, которого можно охарактеризовать посредством анализа произведенных им текстов в зависимости от того, как использует автор в данных текстах системные средства языка для выражения своего восприятия окружающей действительности или для достижения каких-либо целей. В процессе описания языковой личности Ю. Н. Караулов особенно выделяет национальный аспект, поскольку своеобразие языковой личности определяется языком, которым она пользуется, а язык отражает духовную жизнь народа. В целях определения релевантности данной гипотезы для медиареальности Закавказья, в рамках анализа роли национально-культурной речеповеденческой детерминанты языковой личности по теории Ю. Н. Караулова автором для исследования была выбрана предвыборная кампания на пост президента Грузии Саломе Зурабишвили, транслировавшаяся в ее личном блоге в Facebook в 2018 году, и серия публикаций о начале работы Армена Саркисяна в должности президента Армении.

Основой анализа национально-культурных речеповеденческих детерминант в публикациях армянских и грузинских политиков стало наличие следующих упоминаний: национальное происхождение; сходство исторических судеб; национальные культурные ценности; национальный язык; символические связи; территория.

Как показали результаты исследования, Саломе Зурабишвили использовала национально-культурную речеповеденческую детерминанту во всех публикациях в рамках предвыборной кампании, а Армен Саркисян – в 11 из 13.

В третьем параграфе **«Методология анализа речевых портретов политиков Армении и Грузии»** описан алгоритм проведения следующего этапа исследования по изучению языковых личностей в политической блогосфере Армении и Грузии. Период проведения анализа: 8 месяцев, с 18 февраля по 18 октября 2020 года. Выбор срока обусловлен тем, что именно с 18 февраля в Армении и Грузии впервые возникают локальные новости на тему коронавируса нового типа. Кроме закрытия границ и введения ограничений в связи с пандемией, за изучаемый период на территории двух государств происходили другие важные события, определявшие повестку дня и медиареальность региона: подготовка к парламентским выборам в Грузии и военный конфликт в Нагорном Карабахе.

Несмотря на давность противостояния политических партий Грузии и существования проблемы Карабаха, эти явления все равно стали новыми для политиков с учетом современных факторов, в частности, цифровизации: например, практики ежедневных прямых эфиров или дезинформации в социальных сетях. Пандемия же стала абсолютно новым вызовом для всех, более того, единицей внутреннего лексикона личности является слово. А с начала развития пандемии наблюдается возникновение новых словосочетаний и неологизмов: «социальная дистанция», «COVID-19», «ковидный», «ковид-диссидент», «коронаэнтузиасты и коронаскептики» и т.п. Данный факт является именно новым речевым опытом, в связи с чем можно утверждать, что пандемия влияет на динамический внутренний лексикон личности.

Сферой проведения анализа стали блоги политиков Армении и Грузии в Facebook. Объектами анализа выступили 10 наиболее популярных по количеству подписчиков блогов политиков. После этапа рафинирования выборки текстов основу исследования составили 2 422 публикации. Для количественной реконструкции лексикона был использован онлайн-сервис по анализу текста «Advego».

В четвертом параграфе **«Речевые портреты грузинских политиков в блогосфере и их влияние на медиареальность»** проводится первый этап исследования – количественная реконструкция лексикона политиков-блогеров Грузии.

Путем составления лексического словаря каждого изучаемого политика Грузии и объединения получившихся словарей в единый, абстрактный разговорник было установлено, что в текстах собирательного образа грузинского политика преобладают имена существительные. Общий словарь лексики грузинских политиков состоит из 102 слов, из них 14 – это глаголы, 15 – имена прилагательные, а 53 – имена существительные, преимущественно абстрактные.

Весьма часто фигурируют в текстах усредненного грузинского политика имена собственные – лидирует среди них топоним «Грузия»: в текстах Саломе Зурабишвили он встречается 202 раза, в текстах Михаила Саакашвили – 166 раз, в текстах Григола Вашадзе – 112 раз, в текстах Георгия Гахария – 138 раз.

Можно заметить некоторую однородность лексического словаря грузинских политиков, но сильнее всего лексикон совпадает у субъектов, принадлежащих к одной партии. Так, представители оппозиции – Михаил Саакашвили и Григол Вашадзе, - чаще используют в своей письменной речи оценочную лексику, нежели депутаты коалиции «Грузинская мечта» и президент Саломе Зурабишвили.

Тем не менее можно выявить некоторую общую направленность в оценочной лексике как оппозиции, так и правящей партии. Анализ блогов грузинских политиков демонстрирует, что США, государства-члены Европейского союза, а также европейские политики и проекты в публикациях всегда наделены позитивным коннотатом, в то время как Россия – коннотатом сугубо отрицательным.

Результаты промежуточного анализа текстов грузинских политиков дают возможность определить функциональные стили речи, определяющие стилистику политических блогов в Грузии. Можно утверждать, что блог типичного грузинского политика – это совокупность трех стилей: публицистического, официально-делового и разговорного.

В пятом параграфе **«Речевые портреты армянских политиков в блогосфере и их влияние на медиареальность»** приведен второй этап исследования по

количественной реконструкции лексикона политиков Армении в блогосфере. Изучение конструирования лексического словаря армянских политиков и объединения данных словарей в общий, абстрактный разговорник вновь показывает превалирование имен существительных. Из 126 слов, составивших словарь политиков Армении, 96 являются именами существительными. Также словарь насчитывает 17 имен прилагательных и 13 глаголов.

Армянский политический блогинг также характеризуется однородностью лексики всех политических деятелей, ставших объектами анализа. Такое совпадение объясняется военным конфликтом: с сентября 2020 года критические публикации в адрес Никола Пашиняна в блогах Эдмона Марукяна и Наиры Зограбян отсутствуют, что демонстрирует консолидацию власти и оппозиции в период войны. Оценочная лексика направлена исключительно на Азербайджан и Турцию.

Анализ речевых портретов известных политиков Армении в блогосфере демонстрирует некоторое сходство и общие тенденции с политическим блогингом Грузии. В парадигме блогинга публицистический стиль политиков обеих стран подвергается трансформациям – в частности, восклицания и слоганы становятся выгодно оформлять в виде тега, поскольку в таком виде они привлекают больше аудитории в блог, а также отражают основной концепт как публикации, так и страницы в целом, поскольку по правилам публицистического стиля слоган содержит два компонента – эмоциональный и интеллектуальный.

Анализ лексикона каждого из представителей политики в грузинской и армянской блогосфере позволяет оценить вербально-грамматический аспект речи и, соответственно, стилистику текстов грузинских политиков.

В третьей главе **«Трансформация жанров блогинга Армении и Грузии»** диссертант изучает русскоязычные блоги региона; дает определения сторителлинга и нарратива и показывает, как их использование влияет на формирование медиареальности Закавказья, а также дает оценку когнитивно-тезаурусного уровня языковой личности армянских и грузинских публицистов.

В первом параграфе **«Конвергенция жанров медиатекстов в блогосфере Армении и Грузии»** диссертант связывает трансформацию жанров в современной публицистике Закавказья с развитием блогинга; раскрывает понятие жанра; рассматривает интеграцию традиционных жанров в условиях блогосферы.

Техническая специфика цифровой среды, отличающаяся постоянными, взаимосвязанными обновлениями медиаплатформ и электронных носителей, с которых обеспечивается доступ к данным ресурсам, также предполагает регулярную трансформацию в области жанровой классификации. Блог сам по себе является подтверждением данного факта: зародившись как форма личного дневника, доступного в формате онлайн и существующего лишь в рамках сайта, со временем он приобрел черты СМИ и элементы трансмедийности – один и тот же блог может существовать не только на сайте, но и одновременно в различных социальных сетях.

Блог можно изучать в следующих двух аспектах:

- как новый мультимедийный жанр (если блог оформлен как дневник, либо как авторская колонка);
- как авторское СМИ (поскольку создатель блога проявляет себя и в роли автора, и в роли редактора, а также корректора, модератора комментариев, фотографа, оператора, бильд-редактора и т.п.).

Материалы, публикуемые в блогосфере, отличаются большей свободой формы и содержания (к примеру, в них часто нет ограничений по количеству знаков в тексте, аудиовизуальному оформлению и т.д.), интерактивностью, а также комбинацией сразу нескольких форм медиатекста в одной публикации, особенно если речь идет о блоге в социальных сетях.

Примечательно, что каждая из вышеперечисленных публикаций может содержать в себе черты информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров. Данная тенденция проявляется и в блогосфере Армении, и в блогосфере Грузии. Основным различием в конвергенции жанров в блогосфере Армении и Грузии, однако, является неоднородность подходов к созданию контента – если в Армении акцент делается на сиюминутности и оперативности публикаций, в Грузии не меньшее внимание уделяется визуальному качеству материалов.

Во втором параграфе **«Влияние сторителлинга на медиареальность Закавказья»** диссертант относит формат сторителлинга, создающего ключевые концепты восприятия и ассоциативные образы для аудитории, к числу конструкторов медиаландшафта региона. Сторителлинг является типом передачи информации с помощью рассказывания истории, и в основе данного явления лежит нарратив, выполняющий функцию инструкции к пониманию реальности.

Иными словами, в условиях нарратива сам информационный повод замещается повествованием о нем: рассказчик не просто передает информацию о событии, но и делится личным опытом, связанным с ним, то есть привносит субъективизм в историю и задает некий ракурс восприятия для аудитории.

При этом важно помнить, что не всякий текст является нарративом, поскольку в нарративе существует динамика (действия), в то время как текст может быть статичным (например, рецепт блюда – это не нарратив, однако он может стать таковым, если снабдить текст историей об его создании или приготовлении).

Основой анализа в данном параграфе стали литературные блоги Закавказья на русском языке, поскольку именно они демонстрируют большой охват аудитории. Росту популярности русскоязычных блогов в Армении и Грузии способствовали следующие факторы:

- востребованность языка. Сторителлинг входит в инструментарий медиаэкономики: история воспринимается как товар или продукт, который может принести прибыль; таким образом, к ней применяется экономический, или продуктоориентированный подход. Поверхностный обзор языковых сообществ как рынков демонстрирует, что русскоязычная среда в состоянии предоставить больше аудитории;

- необходимость конкретных целей, ориентированных на получение прибыли, и ограниченность локальных рынков. Рост популярности русскоязычных блогов в Армении и Грузии пришелся на 2005-2010 гг., когда журналисты и публицисты Закавказья стали публиковать свои произведения в «Живом Журнале» (ЖЖ). Результатом творчества в сети для некоторых авторов стало заключение контрактов с российскими издательствами.

В третьем параграфе **«Влияние когнитивно-тезаурусного уровня языковой личности на построение нарративов в блогосферах Армении и Грузии»** приведены результаты сбора и систематизации эмпирического материала посредством контент-

анализа и анализа идиостиля русскоязычных блогеров-публицистов по модели А. В. Болотнова.

Идиостиль - это индивидуальный стиль автора, обуславливающий специфику речи его произведений. Для блога авторское начало играет важную роль, что было доказано по итогам анализа персонификации политических блогов в Facebook. Более того, именно когнитивный тезаурус определяет стилистику текста. Под когнитивным тезаурусом понимают совокупность лингвистических когнитивных единиц, отражающих модель реальности автора, которая, в свою очередь, влияет на медиареальность.

Предметом анализа стали 503 медиатекста, написанные в формате сторителлинга. Стоит отметить, что диссертант на данном этапе дополнил шкалу Болотнова по изучению языковой личности методом исследования степени использования диалектизмов и жаргонизмов.

Данный пункт выносится автором как отдельный промежуточный показатель исследования. Дело в том, что диалектические и жаргонные обороты речи можно отнести к прецедентным, поскольку они известны в русскоязычных речевых культурах Грузии и Армении. Начало использования данного приема в художественных произведениях грузинских писателей можно датировать 1950-ми гг., когда в творчестве писателей Закавказья стали появляться фразы из других языков, адаптированные заимствования или диалектизмы.

Анализ медиатекстов демонстрирует, что диалектизмы и жаргонизмы применяются в творчестве армянских и грузинских публицистов с целью сделать акцент на географической локации, в рамках которой разворачивается сюжет – Армении или Грузии, - и, таким образом, подчеркнуть самобытность региона. В связи с этим в армянских и грузинских нарративах происходит трансформация речевых стандартов – употребление тбилисского диалекта русского языка и жаргонизмов в художественных текстах, изначально воспринимавшееся как отклонение от литературной нормы, стало традицией региональной публицистики. Очевидно, что использование национально-культурных детерминант является основным трендом блогинга Армении и Грузии.

В **Заключении** диссертации подводятся общие итоги исследования, формулируются основные выводы.

Библиография исследования включает 176 источников, включая монографии, научные статьи, учебные и справочные пособия, материалы СМИ и интернет-источники.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ ОТРАЖЕНЫ В СЛЕДУЮЩИХ ПУБЛИКАЦИЯХ АВТОРА:

1) Bazanova A. E., Kurmanova D. B., Chebanenko V. V. Blogging as a Form of Teacher Motivating, Support and Cooperation with Students from Armenia and Georgia (on the Example of RUDN University)// Proceedings of the 15th International Conference INTED-2021, p. 819-824.

2) Martynenko El. V., Parkhitko N. P., Kurmanova D. B. Imagology of Russian Educational Programa for Armenia and Georgia in the Mass Media. Comparative Analysis// Proceedings of the International Conference EDULEARN-2019, p. 3865-3870.

3) Parkhitko N. P., Kurmanova D. B. Role of blogging and social media in the promotion of Armenian and Georgian educational programs for Russia// Proceedings of the International Conference INTED-2020, p. 3601-3605.

4) Курманова Д. Б., Зарифиан М. Тренды медиапотребления в Грузии»// Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика. – 2020. – Т. 25 (4). – С. 797-807.

5) Матвиенко В. В., Курманова Д. Б. Медиатизация грузино-индийских отношений на современном этапе// Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. – 2019. – Т. 24 (2). – С. 303-311.

6) Пархитко Н. П., Курманова Д. Б. Артикуляция и медиатизация религии в СМИ Грузии и Турции. Сравнительный анализ// Вопросы национальных и федеративных отношений. – 2018. – Т. 8 (6). – С.808-822.

7) Matvienko V. V., Kurmanova D. B. «The influence of language on the mediatization of Georgian Mass Media on example of Georgian – Indian relationship»// Proceedings of the International Scientific and Pedagogical Forum: Language, Culture, Translation: Comparative Studies. Georgia, Tbilisi, 2019, p. 92-96.

8) Kurmanova D. B., Chebanenko V. V. Development of Gamification in The Ukrainian and Georgian Mass Media// Proceedings of the 4th International Conference on Contemporary Education, Social Sciences and Humanities». 2019, p. 2180-2183.

9) Матвиенко В. В., Курманова Д.Б. «Медиапространство Закавказья: история и современное состояние». Коллективная монография. Москва, 2018, 106 с.

Курманова Данара (Казахстан)

РОЛЬ БЛОГОСФЕРЫ В ФОРМИРОВАНИИ МЕДИАРЕАЛЬНОСТИ ЗАКАВКАЗЬЯ (НА ПРИМЕРЕ АРМЕНИИ И ГРУЗИИ)

Диссертация исследует блогосферу Армении и Грузии, а также ее роль в формировании медиаландшафта Закавказья. В рамках исследования автор в контексте медиареальности рассматривает политические и литературные блоги Армении и Грузии, компаративный контент-анализ которых позволяет составить собирательный образ и лексический словарь современного армянского и грузинского блогеров как языковых личностей; изучить структуру и выявить сходства и различия армянского и грузинского блогинга; оценить роль блогов в формировании медиаобразов, стереотипов и клише, связанных с Арменией и Грузией.

В основе исследования лежит междисциплинарный подход к изучению специфики блогосферы Закавказья, сочетающий положения теории журналистики и массовой коммуникации, философии, лингвистики, истории, имагологии и социологии.

Danara Kurmanova (Kazakhstan)

THE ROLE OF BLOGOSPHERE IN THE FORMATION OF THE SOUTH CAUCASUS MEDIAREALITY (ON THE EXAMPLE OF ARMENIA AND GEORGIA)

The research examines the blogosphere of Armenia and Georgia, as well as its role in formation of the Transcaucasus medianscape. Within the framework of the research, the author analyzes the political and literary blogs of Armenia and Georgia in the context of mediareality, the comparative content analysis of which gives an opportunity to compose a collective image and lexical dictionary of modern Armenian and Georgian bloggers as linguistic personalities; study the structure and identify the similarities and differences between Armenian and Georgian blogging; assess the role of blogs in shaping media images, stereotypes and clichés associated with Armenia and Georgia.

The research is based on an interdisciplinary approach studying the specifics of the Transcaucasus blogosphere and also combining the provisions of the theory of journalism and mass communication, philosophy, linguistics, history, imagology and sociology.