

*На правах рукописи*

**Савенков Владислав Дмитриевич**

**МЕСТО И РОЛЬ БЛОГОСФЕРЫ В СИСТЕМЕ  
МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ РОССИИ И США)**

Специальность: 10.01.10 – журналистика

**Автореферат**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Москва

2019

Работа выполнена на кафедре массовых коммуникаций  
Федерального государственного автономного  
образовательного учреждения высшего образования  
«Российский университет дружбы народов»

**Научный руководитель:**

доктор исторических наук, кандидат филологических наук,  
профессор **Грабельников Александр Анатольевич**

**Официальные оппоненты:**

**Калмыков Александр Альбертович**, доктор филологических наук (10.01.10),  
доцент, профессор кафедры теории и практики общественных связей ФГБОУ  
ВО «Российский государственный гуманитарный университет»;

**Баранова Екатерина Андреевна**, кандидат филологических наук (10.01.10),  
доцент, доцент кафедры журналистики факультета коммуникативного  
менеджмента ФГБОУ ВПО «Российский государственный социальный  
университет».

**Ведущая организация:**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Пензенский государственный университет»

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 «\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 года

Ученый секретарь диссертационного совета  
кандидат филологических наук, доцент

А.Е. Базанова

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Диссертация посвящена выявлению особенностей и тенденций развития блогосферы в современной системе массовой коммуникации как инструмента проявления гражданской активности, имеющего определенную национальную специфику. Автор рассматривает феномен новых медиа как составной части современной системы средств массовой коммуникации, исследует историю и типологию блогосферы, определяет потенциал социальных сетей как блог-платформ, выявляет тенденции развития и функционирования блогосферы в целом и новостной блогосферы, в частности (на примере российских и американских блогов) как средства презентации коллективного самосознания.

**Актуальность исследования.** В современных условиях наблюдается многоаспектная конвергенция медиа и возникновение новых направлений, объединенных общим названием «гражданская Интернет-журналистика», в контексте которой аудитория приобретает все более активную роль в процессе сбора, обобщения, авторской интерпретации и широкого распространения различного рода информации. Специфической формой гражданской Интернет-журналистики являются блоги, завоевывающие все более существенное место в медиaprостранстве как коммуникативные ресурсы. Роль блогеров в различных сферах жизни человека и страны в целом возрастает, ярко проявляется их способность к оперативной самоорганизации в случае возникающей необходимости обсуждения и решения социально значимых вопросов, формирования того или иного вектора общественного самосознания. Блогосфера как коммуникационное пространство постепенно разделяется в разных государствах мира на ряд различающихся сегментов. Их представителям, с одной стороны, характерна групповая идентичность, но в то же время свойственны и отличающиеся модели поведения в соответствии с тем или иным типом блога, его ключевыми признаками. Немаловажное значение в данном случае играет и национальный фактор. Однако данные аспекты пока еще недостаточно изучены в современной науке в сравнительном контексте. Вышесказанное определяет актуальность диссертационного исследования и выбор его темы.

**Проблемой настоящего исследования** выступает потребность в обнаружении закономерностей и различий в развитии новостных блогосфер Российской Федерации и Соединенных Штатов Америки как средства проявления гражданской активности и общественного самосознания.

**Объектом исследования** данной работы является современная блогосфера как новейшее средство массовой коммуникации в целом и новостная блогосфера РФ и США, в частности.

**Предметом исследования** выступают особенности презентации коллективного самосознания в американской и российской блогосфере, их место и роль в современной системе массовой коммуникации.

**Гипотеза исследования** выступило предположение о том, что в российских и американских новостных блогах наблюдаются национально обусловленные различия в выбираемых авторами и читателями образах самопрезентации, стремлении к публичности и проявлении функции личностной мотивации блогеров, влияющих в целом на продуктивность выражения "коллективного самосознания" как инструмента проявления общественной активности; в то же время жанровые и коммуникационные характеристики российских и американских блогов не демонстрируют национальных различий.

**Цель данной работы** заключается в выявлении особенностей и тенденций развития блогосферы в современной системе массовой коммуникации как инструмента проявления гражданской активности, имеющего определенную национальную специфику.

Достижение указанной цели предопределило необходимость решения следующих **задач**:

- исследовать категорию новых медиа как составную часть системы средств массовой коммуникации;
- изучить исторические основы формирования и существующие типологии блогосферы в современной научной литературе;
- выявить потенциал социальных сетей как блог-платформ;
- определить особенности функционирования блогосферы как средства презентации коллективного самосознания;
- провести практическое исследование блогосферы России и США как инструмента трансляции коллективного самосознания, в том числе изучить особенности самопрезентации авторов и читателей в блогосфере, жанровую и функциональную принадлежность блогов, специфику коммуникации новостных блогеров с аудиторией в контексте существующих национальных различий;
- определить место современной новостной блогосферы в Интернет-пространстве.

**Степень разработанности проблемы.** Современная наука демонстрирует растущий интерес к исследованию новых медиа и электронных коммуникаций, что подтверждает растущее число работ исследователей в данном направлении –

Н.А.Ахреновой, М.Б.Бергельсон, Е.А.Барановой, А.В.Борисовой, А.Е.Войскунского, Е.Н.Галичкиной, А.А.Грабельникова, Е.И.Горошко, И.М.Дзяло-шинского, Ю.В.Данюшиной, А.Е.Жичкиной, Е.Н.Ивановой, Е.В.Лазуткиной, С.Г.Корконосенко, П.В.Морослина, Е.А.Осиповской, Е.М.Пак, О.Г.Филатовой, Г.В.Чевозеровой, А.А.Селютина, С.Atton, D.Boyd, C.Castillo, K.Deutsch, D.Donato, M.Gilad, C.Radsch, J.Rettberg и др.). Изучаются содержание и сущность феномена (А.О.Алексеева, А.А.Грабельников, Т.В.Евсюкова, Т.М.Гермашева, А.А.Калмыков, Е.В.Костенко, Е.М.Пак, M.Durham, D.Kellner и т.д.); вопросы типологии и функциональных особенностей блогов (В.Л.Волхонский, Е.А.Коже-мякин, Е.В.Лазуткина, Н.Прудская, А.А.Попов, М.М.Соколов, И.Н.Шамаев, T.Flew, K.Hermkens, J.Keitzmann, R.Scoble, Sh.Israel и др.); различные аспекты жанровой принадлежности и коммуникативного взаимодействия в блогах (Е.Н.Галичкина, А.А.Грабельников, Т.Н.Колокольцев, М.О.Кочеткова, Е.В.Кузьмина, Е.А.Осиповская, И.В.Тубалова, В.А.Шапошников, Д.А.Шляхова, D.Boyd, M.Keren, S.McIntosh, Z.Paracharissi, J.Pavlik, A.Rosa, M.Thelwall), проводятся психолингвистические исследования блогов (Н.Г.Асмус, В.Л.Волохонский, Т.В.Евсюкова, Т.В.Сафонова, В.Eitling, R.Faris и др.), а также лингвокультурологические (П.В.Морослин, Н.Г.Чаган и т.д.), социологические исследования (С.В.Бондаренко, А.А.Давыдов, В.И.Игнатъев, П.С.Киреев, М.Р.Осипова, F.Gilardi, V.Gunter, L.Manovich и т.д.), выявляются особенности воздействия гендерного и социального фактора на блогосферу (Т.В.Бойченко, Л.А.Браславец, К.Л.Зуйкина, Е.В.Костенко, D.Burstein, D.Kline и др.).

Проведенный анализ источников в области исследования блогосферы показывает в целом незначительное число работ, стремящихся комплексно осветить блогинг как коммуникативное явление. Кроме того, учитывая, что блогосфера является феноменом, обладающим непрерывно изменяющимися характеристиками, наблюдается ощутимый вакуум в исследовании особенностей функционирования данного «транслятора самосознания», тенденций его развития. В достаточно большом числе научных работ, изучающих вопросы блогосферы, преимущественно уделяется внимание данному явлению как специфическому способу презентации индивидуального самосознания автора блога, инструменту организации его коммуникации с аудиторией. Между тем, упускается из виду тот факт, что с наличием общественной реакции и комментирования событий, их ретрансляции, многократной авторской интерпретации блогосфера трансформируется в непрерывно развивающийся объект коллективного самосознания. Этот объект передает коллективные установки, обладающие в

определенных условиях высокой устойчивостью и силой выражения. Кроме того, еще незначительно исследован вопрос национальной обусловленности подобного рода коллективного самовыражения, мало проведено его изучение в условиях блогосферы в сравнительном ключе. В силу комплексности данного вопроса многие авторы отдают предпочтение изучению специфики проявления проблематики в контексте лишь одной страны. Преимущественно, это страны Европы и США. Между тем, Интернет, является пространством, стирающим границы между аудиторией и трансляторами информации. Поэтому изучение процессов «коллективного воздействия» на самосознание в данном ключе приобретает особую значимость. Настоящее диссертационное исследование направлено на восполнение ряда указанных недостатков в контексте проведения сравнительного исследования блогосферы России и США.

**Научная новизна диссертационного исследования** связана с недостаточным числом научных работ в медийной области, освещающих в национальном и сравнительном контексте феномен новостного блогинга. Данное исследование вносит свой вклад в выявление национально обусловленных зависимостей функционирования новостных блогов на базе проведенного автором сравнительного исследования блогосферы России и США и выявленных корреляций и отличий в области таких параметров, как особенности коммуникации блогеров с аудиторией, специфика самопрезентации авторов и читателей новостных блогов, жанровая принадлежность блогов и ее влияние на общественное сознание. Автором систематизированы и содержательно уточнены наиболее распространенные типологии блогов в корреляции с особенностями воздействия на аудиторию; выявлен содержательный и социальный потенциал блогосферы как инструмента трансляции коллективного самосознания и коллективного медийного продукта.

**Теоретической базой исследования** выступили работы российских ученых Ю.И.Алексеевой, Д.Г.Балуева, Н.Е.Беловой, Л.А.Браславец, А.И.Верховской, В.Л.Волхонского, Е.И.Горшковой, А.А.Грабельникова, М.А.Груздевой, С.Р.Давлетшиной, И.М.Дзялошинского, К.С.Ермачкова, Е.А.Жигалиной, Я.Н.Засурского, Е.А.Исаковой, Е.А.Ивановой, Т.Н.Колокольцевой, С.Г.Корконосенко, Е.А.Ко-жемякина, А.А.Колосовой, М.О.Кочетковой, А.В.Кульминской, Е.Д.Кучера, Е.В.Лазуткиной, О.А.Лутвиновой, Т.О.Максимовой, Е.М.Пак, С.С.Поддубного, А.А.Попова, Е.А.Осиповской, О.С.Рогалевой, А.А.Тертычного, А.А.Толстых, Т.В.Шкайдеровой, М.А.Улановой, И.Д.Фомичевой, Г.В.Чевозеровой, И.Н.Ша-маева и др.; а также научные труды зарубежных авторов (E.Agichtein, C.Atton, S.J.Baran, V.Varassi, D.M.Boyd,

W.Campbell, C.Castillo, K.K.Deutsch, M.Deuze, J.Dimmick, M.Durham, B.Eitling, T.Feldman, T.Flew, F.Gilardi, B.Gunter, Sh.Israel, A.M.Kaplan, D.Kellner, D.Kirkpatrick, S.McIntosh, L.Manovich, J.A.Obar, Z.Papacharissi, K.J.Pearce, T.Postmes, J.Rettberg, A.M.Rosa, R.Scoble, B.Scott, J.Slevin, M.A.Thelwall, M.Touri, S.Wildman и т.д.). Качественный анализ исследований данных авторов позволил определить основные подходы, которые, по мнению диссертанта, должны лежать в основе изучения феномена блогинга, особенностей развития современной новостной блогосферы, ее структуры и типологии, тенденций функционирования в условиях национальных различий, места и роли в развивающейся системе массовых коммуникаций.

В работе также использовались статистические данные и аналитические доклады ВЦИОМ, Росстата, Левада-центра, РБК, TAdviser, Pew Internet Research Center (США), Исследовательского центра К.Беркмана при Гарвардском Университете (США), Оксфордского университета (Великобритания), Лаборатории медиакультуры, коммуникации, конвергенции и цифровых технологий МГУ и других научно-исследовательских и образовательных организаций, нормативно-правовые документы, регулирующие деятельность СМИ и СМК в России.

**Методологию исследования** составили системный подход, в соответствии с положениями которого в ходе работы применялся комплекс методов как общенаучного плана, так и представляющих методический аппарат применительно к области филологических наук, а именно компаративный и описательный, типологический методы, структурный, компонентный, оппозиционный анализ и синтез, а также методы эмпирического исследования – измерение, систематизация, обобщение, интерпретация, анализ результатов, их графическое моделирование с целью визуализации. Количественный подсчет данных практического исследования с целью обеспечения более комплексной картины и выявления отличительных характеристик российских и американских новостных блогов как платформы презентации коллективного самосознания был дополнен применением методов качественного анализа, проблемного и контент-анализа.

**Эмпирической базой исследования** послужили российские и американские блоги, размещаемые на следующих медиаресурсах в Сети Интернет:

- *из числа российских*: “Эхо Москвы. Блоги” (<https://echo.msk.ru/blog/>) и блог-платформа “Говорит Москва” (<https://govoritmoskva.ru/blogs/>) одноименной радиостанции как одни из наиболее популярных новостных проектов

отечественной блогосферы в 2018-2019 гг.<sup>1</sup>, по оценкам экспертов ИА «Brand Analytics»<sup>2</sup>

• из числа зарубежных (США): “The Huffington Post” (<https://www.huffingtonpost.com/>), “ThinkProgress” ([www.thinkprogress.org](http://www.thinkprogress.org)) – как наиболее популярные американские новостные блоги за 2018-2019 г.<sup>3</sup>, по версии экспертов издания Lifewire.com<sup>4</sup>.

С целью дополнительного сравнения и обоснования полученных выводов и результатов в ряде случаев также использовался анализ публикаций отдельных авторов, размещающих свои блоги на платформах «Живого журнала» (<https://www.LiveJournal.com>), новостного издания «The New Yorker» (<https://www.newyorker.com/tag/blogs>) и других ресурсов.

Из числа блогов российских и американских авторов за весь период исследования было проанализировано более 40 блогов с каждой из сторон, находящихся на лидирующих позициях у пользователей по числу публикаций, а также количеству комментариев и просмотров. В числе объектов изучения в работе преобладали политематические блоги-многотысячники (с аудиторией, насчитывающей более 1 тыс. подписчиков или читателей – в зависимости от функционала платформы). С позиции критерия авторства объекты исследования составили преимущественно авторские блоги, в числе которых только небольшая доля (около 18% с российской стороны, и 11% с американской) принадлежала псевдоанонимным (ведущимся от вымышленного лица или под псевдонимом) блогам. С точки зрения типа размещаемого контента, выборку исследования на 30% с российской стороны и 23% с американской составили "классические блоги" (в которых представлен наиболее распространенный контент - тексты в гипертекстовом формате, изображения), значительную долю в их числе составили видеоблоги (28% с российской стороны и 20% с американской), и 42% с российской стороны и 57% с американской – гибридные блоги. В контексте такого критерия, как способ размещения информации, в работе рассматривались

<sup>1</sup> Топ-100 виральных русскоязычных медиаресурсов 2018 года // Brand Analytics. URL: <https://br-analytics.ru/blog/top-100-mediaresursov-sentyabr2018/> (дата обращения: 12.03.2019); Рейтинги топ-платформ и Топ-100 виральных русскоязычных медиаресурсов, февраль 2019 года; // Brand Analytics. URL: <https://br-analytics.ru/blog/top-platform-i-top-100-mediaresursov-fevral2019/> (дата обращения: 12.03.2019)

<sup>2</sup> Агентство Brand Analytics является одним из ключевых игроков интернет-индустрии, с 2015 года – членом РАЭК (Российской ассоциации электронных коммуникаций). Специалисты агентства входят в состав Экспертного совета ИРИ (Института развития интернета).

<sup>3</sup> 10 of the Most Popular News Blogs on the Internet (Feb. 2019) // Lifewire.com. 2019. URL: <https://www.lifewire.com/top-most-popular-blogs-3486365> (дата обращения: 13.03.2019)

<sup>4</sup> Lifewire.com – один из лидирующих в мире по состоянию на 2019 г. Интернет-проектов, объединяющий экспертов в области информационных технологий и социальных сетевых коммуникаций.



ресурсы на популярных блог-платформах (новостных порталах-агрегаторах, новостных изданиях и т.д.). Несмотря на размещение на блог-платформах новостного характера, не все из числа анализируемых блогов носили новостной характер в чистом виде. Преимущественно речь шла о ресурсах гибридного характера. С позиции содержания контента в выборке объектов присутствовали: новостные ресурсы с элементами блогов-мнений, оценочных и интерпретационных, аналитических блогов, блоги нишевых новостей, разъяснительные и дискуссионные блоги новостного типа, новостные ресурсы с заметками экспертного характера. За весь период исследования было проанализировано более 400 авторских публикаций и 3 тыс. комментариев в новостных блогах РФ и США.

**Теоретическая значимость исследования** заключается в том, что в нем получили отражение и дальнейшее развитие исследования ученых в области филологических наук по проблемам блогкоммуникации. Исследование вносит теоретический вклад в осмысление процессов дифференциации и идентичности содержания блогосферы России и США как инструмента самопрезентации идентичности и самовыражения позиции автора, окрашенной коллективной интерпретацией и осмыслением. В настоящей работе осуществлено уточнение терминологического аппарата, сопровождающего функционирование современной блогосферы, в частности, понятий "новые медиа", "новейшие медиа", "блог", "блогосфера"; уточнена классификация блогов (по признаку авторства, функциональному, коммуникативному, жанровому критериям).

**Практическое значение исследования.** Проведенный в работе анализ дает возможность прогнозировать оправданность запуска и использования тех или иных видов новостных блогов как инструмента гражданской активности; прогнозировать развитие коммуникации авторов с аудиторией на основе выявленных тенденций и с учетом национальной специфики. Материалы исследования могут быть использованы для анализа других схожих форм новейших медиа, их эволюции в различных странах мира, актуальных тенденций развития блогосферы, связанных с коммуникативными процессами, аспектами самопрезентации субъектов, их публичности, а также в образовательном процессе на факультетах журналистики высших учебных заведений.

**Хронологические рамки работы:** в исследовании анализируются блоги с момента зарождения данного коммуникативного феномена по настоящее время – с 1997 по 2019 гг.

**Филологическая составляющая исследования** заключается в изучении специфики содержания, функций и жанровых форм публикаций блогосферы,

особенностей коммуникации блогеров и читателей, их самопрезентации, публичности в условиях создания коллективного медийного продукта и проявления общественного самосознания и гражданской активности с учетом национальной специфики, обуславливающей функционирование данных медиа в российском и американском сегменте Интернета.

**Положения, выносимые на защиту:**

1. Блог представляет собой специфическое средство массовой коммуникации, использование которого, за счет применения новейших информационных технологий, позволяет обогатить коммуникацию и расширить ее пространство, придав более социально ответственный, многосторонний, многоканальный, интерактивный, оперативный характер, повысить ее чувствительность к запросам аудитории, а также социальную значимость (т.к. блоговокоммуникация позволяет более эффективно добиваться решения поставленных автором или аудиторией целей, превращая их в «коллективное самосознание»).

2. Блог как коммуникативный объект обладает специфическими характеристиками, типологическими признаками и функциями (в области надличностной мотивации – информационной, эмотивной, фатической, референтивной, метакоммуникативной, организационная; в области личностной мотивации – коммуникативной, самопрезентационной, развлекательной, усиливающей социальные связи, мемуарной, саморазвивающей, рефлексивной, психотерапевтической, регулятивной, оценочной).

3. Медiateкст в современных блогах перестает быть конечным авторским продуктом, превращаясь в произведение "коллективного самосознания". В коллективном медийном произведении среди ипостасей в демонстрации авторского и читательского «Я» выделяются роли репортера, интервьюера, наблюдателя, комментатора, рассказчика, критика, обозревателя, размышляющего и т.п., выражение которых определяется особенностями строения, функционирования блогов различных типов и национальным фактором.

4. Жанровые различия современной новостной блогосферы России и США как платформы общественных дискуссий и самопрезентации авторов и читателей наиболее заметны в доле оперативно-новостных материалов. Российские блоги содержат больше материалов исследовательского характера, что способствует развитию общественных дискуссий, активизирует «коллективное размышляющее», мотивируя его к обсуждению общественно значимых проблем и их решению. В то же время в российских блогах более выражена функция самопрезентации, личностной мотивации авторов, тогда как для американских

блогов характерна доминанта функции надличностной мотивации, благодаря чему последние более эффективно способствуют формированию «коллективного самосознания».

5. Российские новостные блоги демонстрируют более высокую долю политизированности контента, по сравнению с американскими. В свою очередь в американских новостных блогах можно наблюдать более высокую степень политизированности комментариев.

6. Посты современных новостных американских блогеров имеют более высокую гибридность и интерактивность, гипертекстуальность, в отличие от материалов российских авторов, что позволяет оказывать более эффективное влияние на общественное сознание.

7. У российских и американских новостных блогов наблюдаются различия в организации коммуникации с читателями. Авторы современных новостных блогов все меньше стремятся к активному контакту с читателями, не вступая с ними в прямую полемику (наблюдается асинхронность коммуникации, преобладание модели коммуникации «one-to-many» (от одного - многим) с элементами «one-to-few» – от одного - немногим). В плане коммуникативной атмосферы американские блоги отличает более официозный стиль материалов, закрытость авторов, что приближает их к традиционным новостным ресурсам.

8. У российских и американских новостных блогеров наблюдаются различия в стремлении к публичности и выражении собственной позиции: у первых присутствует взаимосвязь между высоким стремлением к публичности на коммуникативном, и (в меньшей степени) докоммуникативном уровне самопрезентации и обнародованием острых и актуальных тем, тогда как в американских блогах такой корреляции не прослеживается: у авторов стремление к публичности может быть средне-высоким, низким, а у ведущих комментаторов оно чаще всего низкое.

9. Новостные блоги в России в своем большинстве сегодня являются своеобразными площадками для выпуска эмоций и критики, снижая накал реального социального протеста. Пока они могут выступать только катализатором гражданской активности, которая еще не трансформируется из онлайн-состояния в продуктивную социально-значимую офлайн-деятельность, коллективное самосознание и диалог с властью и другими представителями элитных групп.

10. Слабая уверенность граждан в социальной эффективности своего участия выступает одной из ключевых проблем, блокирующих развитие гражданской онлайн-активности в российском обществе. Перспективы развития гражданского участия в этой связи связаны с развитием коммуникативной

блоговой среды, повышающей радиус доверия, обеспечивающей стабильные социальные взаимодействия между всеми субъектами Сетевого пространства. Целесообразно, чтобы российские блогеры сделали шаг от медийных, дистанцированных от аудитории личностей, к настоящим идейным лидерам. В связи с этим необходимо изменение сложившихся форм и стратегий их коммуникации с аудиторией, их перевод в более активное русло.

**Апробация работы.** Основные положения и результаты исследования изложены в публикациях, докладах и тезисах на международных научно-практических конференциях "Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы" (Москва, РУДН, 2015, 2016 гг.), "Global Science and Innovation" (Чикаго, Strategic Studies Institute, 2015 г.). По теме диссертационного исследования опубликовано семь научных работ (общим объемом 3 п.л.), в частности, в периодических изданиях "Социодинамика", "Современные науки: актуальные проблемы теории и практики" и др., в том числе три статьи в ведущих рецензируемых научных журналах, рекомендованных к публикации результатов научных исследований ВАК при Министерстве образования и науки РФ.

**Структура научной работы.** В соответствии с целью и задачами исследования данная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы (355 источников) и приложений (1-9).

### **Основное содержание исследования**

Во *введении* обосновывается актуальность проводимого исследования, формулируется его проблема, цель, задачи, определяются гипотезы, предмет и объект исследования; обоснованы эмпирическая, теоретическая, методологическая база, научная новизна, теоретическая, практическая значимость, условия апробации результатов работы; охарактеризованы структура, общее содержания исследования.

*Первая глава исследования «Особенности развития блогосферы в системе СМК»* состоит из четырех параграфов, в которых рассматривается феномен новых медиа как составной части современной системы средств массовой коммуникации, изучается история и типология блогосферы, определяется потенциал социальных сетей как блог-платформ, выявляются тенденции развития и функционирования блогосферы как средства презентации коллективного самосознания.

Проведенный в ходе исследования анализ содержания понятия «новые медиа» показал, что оно остается крайне неоднозначным и непрерывно развивающимся феноменом в системе современных СМК. Сложность его

содержательного определения связана как с множественностью теорий, трактовок, коррелирующих и пересекающихся интерпретационных и междисциплинарных подходов, а также разными уровнями научного анализа медиа и коммуникаций в целом. О новых медиа, по мнению автора, целесообразно вести речь как о новом качественном этапе развития средств массовой коммуникации, его новой форме, обогащенной потенциалом информационных технологий и изменяющих подход к коммуникации. При этом из числа новых медиа автором выделяется категория "новейших медиа" (блоги и социальные сети).

В начале XXI века блоги как в нашей стране, так и во всем мире становятся все более устойчивыми лидерами мнений и остро соперничают в этом с профессиональными и официальными СМИ. Они оказывают прямое влияние на общественное мнение и общественное сознание, играют все большую роль в его репрезентации, расширяя имеющиеся в данной области коммуникативные возможности и используя для этого различные методические инструменты. На основании анализа эволюции блогосферы, исследования текущих определений понятия «блог» в современной науке автором осуществлено его уточнение как специфического средства массовой коммуникации, использование которого за счет применения новейших информационных технологий позволяет обогатить коммуникацию и расширить ее пространство, придав более социально ответственный, многосторонний, многоканальный, интерактивный, оперативный характер, повысить ее чувствительность к запросам аудитории, а также социальную значимость (т.к. блогкоммуникация позволяет более эффективно добиваться решения поставленных автором или аудиторией целей, превращая их в «коллективное самосознание» в результате совместного размышления и дискуссий между участниками общения). В проведенном исследовании автор аргументирует тот факт, что блог не является жанром журналистики, а также СМИ. Различие блогов и СМИ в современных условиях обусловлено их целевой доминантой, функциональными характеристиками и задачами. Блоги ведутся по инициативе и в интересах самих авторов (преобладает функция самопрезентации), а деятельность СМИ направлена на удовлетворение общественного интереса (информационная функция).

Проведенное в ходе исследования изучение блога как специфического коммуникативного объекта позволило выявить его ключевые черты, типологические признаки и функции (в области надличностной мотивации - информационная, эмотивная, фатическая, референтивная, метакоммуникативная, организационная функции; в области личностной - коммуникативная,

самопрезентационная, развлекательная, направленная на удержание и сплочение социальных связей, мемуарная, саморазвивающая и рефлексивная, психотерапевтическая функции, дополненные автором регулятивной и оценочной).

Рассмотренные в исследовании многообразные типологии свидетельствуют о том, что блоги как явление продолжают свое непрерывное качественное развитие, растет число способов и форм, инструментов коммуникации авторов с пользователями, в особенности в контексте появления выделенных в ходе анализа почти в каждой из типологий гибридных категорий. Автор исследования не претендует на создание самостоятельной типологии блогов ввиду их достаточно большого разнообразия, однако при этом им осуществлено уточнение классификаций блогов, использованных в качестве методических инструментов в дальнейшем практическом исследовании (по признаку авторства, функциональному, коммуникативному, жанровому критериям). Особое внимание в работе уделено классификация блогов на основании коммуникативного критерия (уровни взаимодействия, коммуникационные модели, способ осуществления коммуникации и т.д.), а также рассмотрению отличий коммуникации в современной блогосфере от форм офлайнового общения (анонимность, уравнивание в статусе, трансграничность, расширение временных границ, социальное разнообразие, расширение аудитории общения, выбора собеседника) и других каналов коммуникации («опора на общество», легкость публикации контента и доступность для коммуникантов; «вирусный характер», возможность прямой и многосторонней связи). Отмечено, что коммуникации в блоге характерно минимальное число формальных ограничений, этикетных норм, институциональных стандартов общения.

Автор подчеркивает тот факт, что современные блоги все реже сегодня существуют в "чистом виде". В большинстве из них, особенно в блогах-многотысячниках, с целью привлечения и удержания аудитории, блогерами совмещаются различные типы сообщений, что в целом способствует качественному развитию коммуникации между пользователями, расширению числа ее участников за счет представителей самых различных социальных, профессиональных и другого рода групп. При этом вариативность рассмотренных в работе типологий показывает, что все сферы общественной жизни в той или иной мере сегодня взаимодействуют с блогосферой, ставшей одним из ведущих инструментов массовых коммуникаций.

В рамках исследования изучены различные типы социальных сетей с позиции эффективности их использования в качестве блог-платформ.

Установлено, что наиболее эффективными являются социальные сети анкетного типа (универсальные, специализирующиеся на объективных межличностных связях в их числе), а также социальные сети дневникового типа с функцией макроблогов. Автор аргументирует тот факт, что, благодаря наличию блогов социальные сети сегодня преобразились в информационно-коммуникационные платформы, позволяющие пользователям создавать коллективный медийный продукт, объединяясь в сообщества по определенным признакам. Это позволяет повысить качество и уровень коммуникации по проблеме, качество и профессиональный подход к изложению контента, привлечь к обсуждению проблемы наиболее заинтересованную в ее решении, активную общественность. Социальные сети как платформы для блогов способствуют сегодня дальнейшей конвергенции традиционной и гражданской журналистики, освоению нового инструментария сетевых коммуникаций, возникновению новых жанров на основе «коллективных размышлений».

В исследовании обоснован тот факт, что медиатекст в блогах перестает быть конечным авторским продуктом, а превращается в продукт "коллективного самосознания". Автор и читатели являются соавторами текста и участниками блог-коммуникации. Трансформация ролевого поведения автора и читателя в блогах, в сравнении с традиционными СМИ, более значительна: изменение набора ролей в первых из них вызывается особенностями строения и функционирования блогов различных типов. Автор обращает внимание на тот факт, что неоднородность общности российской блогосферы и социальных медиа, субъективность в оценке своей аудитории, разная регулярность реакции на ее комментарии формирует общую раздробленность, способствует созданию мифов в качестве конечных коллективных медиапродуктов, что является существенной проблемой с точки зрения продуктивности функционирования отечественной блогосферы как инструмента репрезентации "коллективного самосознания".

*Во второй главе* исследования **«Блогосфера России и США как инструмент презентации коллективного самосознания»**, которая состоит из трех параграфов, на примере конкретных российских и американских блогов изучаются особенности современной новостной блогосферы как платформы общественных дискуссий и самопрезентации авторов и читателей, выявлена специфика коммуникации новостных блогеров с аудиторией с учетом ее национальной обусловленности; определяется место новостной блогосферы в Интернет-пространстве.

Проведенный автором жанровый контент-анализ современной новостной блогосферы как платформы общественных дискуссий и самопрезентации авторов

и читателей (ресурсы в российском сегменте Интернета – “Эхо Москвы. Блоги”, “Говорит Москва”; в американском сегменте – “The Huffington Post”, “ThinkProgress”) показал, что они имеют ряд отличий, что свидетельствует о частичном не подтверждении первой из выдвинутых гипотез (основанной на предположении о том, что жанровые характеристики российских и американских блогов в целом схожи). Однако при этом автором сделан вывод, что выявленные отличия не являются кардинальными и наиболее заметны в доле оперативно-новостных материалов. Анализ показал, что, уступая в оперативной подаче новостей, российские новостные блоги содержат больше материалов исследовательского характера, что является безусловным достоинством, так как именно исследовательские материалы способствуют формированию, развитию общественных дискуссий и активизируют так называемое «коллективное размышляющее», мотивируя его к обсуждению различных общественно значимых проблем и, в идеале, их решению. В то же время в российских блогах содержится большое число материалов, представляющих личное мнение, отношение или взгляд автора, в связи с чем можно вести речь о значительной доли выражения в них функции самопрезентации, личностной мотивации авторов (для американских блогов характерна доминанта надличностной мотивации).

Сравнительный анализ материалов российских и американских блогов с позиции отражения в их содержании основных выделенных в исследовании функций подтвердил выдвинутое в теоретической части предположение о том, что новостные блоги демонстрируют все большую склонность к гибридизации. Было выявлено наибольшее различие в проявлении информационной (50% у российских и 80% у США), эмотивной (90% и 60% соответственно) и самопрезентационной функций (90% и 70% соответственно) в материалах российских и американских блогов. Негативным моментом, на взгляд автора, является достаточно низкая представленность фатической функции в обоих случаях, предусматривающей активные контакты блогеров со своей аудиторией. Такая ситуация снижает потенциал новостной блогосферы как платформы для формирования и презентации коллективного самосознания, превращая ее в «арену» для достижения собственных личностных амбиций и целей авторов. В особенности это свойственно российским блогам. Рассмотренные западные блоги, напротив, носили деперсонализированный характер. Ранжируя наиболее популярные блоги и публикации данных блог-платформ, многие зарубежные сайты систематизируют их по темам, освещаемым проблемам и заголовкам статей, не указывая при этом авторов (в России, напротив, наиболее распространены рейтинги блогеров), что свидетельствует о том, что личность



блогера в данном случае отходит на задний план перед освещаемой проблемой, а функция надличностной мотивации в материалах авторов очевидно проявляется выше личностного самовыражения. В связи с этим автором сделан вывод о том, что новостные блоги американских авторов более эффективно способствуют формированию «коллективного самосознания».

Результаты проведенного жанрового контент-анализа новостных блогов подтвердили, что проявление функции самопрезентации имеет национальную обусловленность (она заметно выше в российских новостных блогах, и ниже – в блогах США). Автор высказывает точку зрения, что современная новостная блогосфера в России находится на переходном этапе, ведущем к новой жанровой трансформации, тогда как зарубежным сегментом этот этап уже во многом пройден. Однако насколько эта трансформация будет носить качественный характер и социальную значимость в российских условиях – окончательный вывод пока еще сделать затруднительно. В ходе анализа отличий в ролевых образах самопрезентации авторов новостных блогов России и США было установлено, что в обоих случаях среди авторов в общей массе ролевых типажей присутствует достаточно большая доля критиков, размышляющих и репортеров. В целом различия в процентных соотношениях между российским и американским сегментом незначительны. В самопрезентации читателей в сравнительном разрезе наблюдается другая картина. Российские читатели новостных блогов, судя по контент-анализу их реакций, предпочитают больше выступать в роли комментатора, критикующего, размышляющего и наблюдателя (по степени убывания), а американские – комментатора, репортера, и в равной степени критикующего и размышляющего.

На примере анализа конкретных постов автором отмечена тенденция к снижению активности пользователей, комментирующих материалы, представляющие социально важные проблемы, в то же время внимание к постам политического характера у российских читателей растет. При этом доля комментариев пользователей, которую можно причислить к реакции продуктивного характера (размышления, сравнения, экспертные мнения, предложения и т.д.) в таких комментариях не превышает 10%. Чрезмерную политизированность комментариев можно наблюдать и на анализируемых американских новостных блог-ресурсах. Таким образом, очевидно у российских и американских новостных блогов наблюдаются различия в организации коммуникации со своими читателями.

Сегодня, как свидетельствует проведенный в ходе исследования контент-анализ публикаций российских и американских блогов, их авторы все меньше

стремятся к активному контакту со своими читателями, не вступая с ними в прямую полемику (т.е. модель «one-to-one» – «от одного – одному» в чистом виде мало присутствует, а наблюдается асинхронность коммуникации). Можно предположить, что такая ситуация во многом связана со стремлением топовых ньюсмейкеров к снижению публичности в Сетевом пространстве (с российской стороны), и высоким стремлением к охране своей личной жизни, свойственном американскому менталитету, с другой стороны.

У большинства проанализированных в работе ресурсов выявлено преобладание такой модели коммуникации, как «one-to-many» (от одного - многим) с элементами «one-to-few» – открытая информация в блогах транслируется всем пользователям сети, что сближает блоги и онлайн-СМИ; но участники коммуникации разделяются на тех, кто может оставлять записи и тех, кто может комментировать, и только читать. При этом у блог-платформы «ThinkProgress» модель коммуникации в целом носит практически односторонний характер с элементами «one-to-few», что, на взгляд автора, можно рассматривать как новую коммуникационную модель новостного блогинга (функция комментариев у данного сайта не предусмотрена, а переведена в режим ответа в виде самостоятельного поста пользователя).

В ходе исследования автором выявлена крайне высокая гибридность и интерактивность, гипертекстуальность постов американских авторов, в отличие от материалов российских новостных блогеров. В постах «The HuffPost», «ThinkProgress» наблюдается интеграция видео-, аудио-, фотоматериалов, а также ссылки на посты других пользователей блог-платформы и другие ресурсы с целью подтверждения достоверности информации, цитирования, апелляции к экспертному мнению и т.д., тогда как в случае отечественных новостных блогов часто можно наблюдать у авторов чисто классические типы без фото, видео и с отсутствием гиперссылок на сообщения других блогеров, официальных лиц, экспертов и т.д. Очевидно, что в первом случае (речь идет о зарубежных новостных блогах) можно вести речь о более эффективном влиянии на общественное сознание, действительном формировании коллективного медийного продукта.

Изучение коммуникативной атмосферы постов новостных блогов показало, что в российских блогах «официозная обстановка» граничит с крайне неформальной. В свою очередь на анализируемых зарубежных ресурсах наблюдается преимущественно официальный стиль в общении с читателем, граничащий с языком СМИ, хотя не исключая в ряде случаев элементы неформального общения (особенно в материалах по социальным, в том числе

касающимся молодежи, проблемам). Опираясь на контент-анализ постов, автором сделан вывод, что российские новостные блогеры больше озабочены выражением своей персональной политической позиции или компетентностью мнения по определенным социальным, экономическим и другого рода вопросам. Это еще раз подтвердило сделанный вывод о доминанте функции самопрезентации и имиджевого позиционирования российских блогеров в их материалах, которые затмевают выражение других, более значимых для новостных блог-ресурсов функций.

Исследование стремления к публичности автора и читателя новостного блога и их корреляции с «социальной смелостью» позволило выявить более высокое стремление российских блогеров к независимости в выражении собственной позиции, а также к публичности. Установлено, что блогеров США отличает большая закрытость, меньшее стремление к обнародованию личных данных. Анализ показал, что обнародование актуальных проблем и выражение достаточно яркой, часто нетрадиционной позиции, оценки характерно как новостным блогерам, размещающим о себе минимум личных данных, так и тем, кто представляет о себе расширенную информацию (если ее можно считать таковой, т.к. максимум информации с американской стороны включает в себя имя, фамилию, возраст, профессию, город, предыдущую профессиональную занятость, интересы блогера, в то время как с российской стороны это могут быть биографические подробности вплоть до обучения в школе и детства блогера). При этом явных корреляций со степенью профессиональной деятельности или принадлежностью автора к народным блогерам и степенью публичности в представлении личной информации обнаружено не было. В случае российских блогеров установлена определенная взаимосвязь между высоким стремлением к публичности на коммуникативном, и в меньшей степени докоммуникативном уровне самопрезентации, и обнародованием острых и актуальных тем, тогда как в американских блогах такой корреляции не прослеживается: у авторов стремление к публичности может быть средне-высоким, низким, а у ведущих комментаторов оно чаще всего низкое.

В исследовании отмечается тот факт, что гражданская активность в нашей стране сегодня растет, но по сравнению с зарубежными странами, остается на низком уровне. По мнению автора, существует угроза, что новостные блоги виртуализируют подобную активность, а не направят ее в физическое русло. Подискутировав над проблемой, «коллективное размышляющее» так и останется таковым до следующей актуальной проблемы, удовлетворив желание самоинформирования, самопрезентации, а коллективное самосознание останется на

достаточно низком уровне формирования, не превращаясь в реальные гражданские поступки. На усугубление подобной ситуации, как считает автор, оказывает действие значительная доля «информационного шума» в новостных блогах, особенно российских, их эмоциональный, политизированный накал. Новостные блоги в России, в своем большинстве сегодня во многом являются своеобразными площадками для выпуска эмоций и критики, снижая тем самым накал реального социального протеста. В лучшем случае пока они могут выступать только катализатором определенной гражданской активности, пока еще не трансформирующейся в продуктивную социально-значимую деятельность, коллективное самосознание и конструктивный диалог с властью и другими представителями элитных групп.

Перспективы развития гражданского участия, в этой связи, по мнению автора, связаны с развитием коммуникативной блог-среды, в условиях которой возрастает градус и радиус доверия, поддерживаются стабильные социальные взаимодействия, формируются организационные предпосылки для более эффективного взаимодействия граждан друг с другом, с блогерами как представителями наиболее активной общественности, представителями политических структур, власти, экспертного сообщества в обсуждении и разрешении социально-значимых проблем. В этих условиях, важно, чтобы российские блогеры сделали шаг от дистанцированных от аудитории личностей, к настоящим идейным лидерам, изменяя формы и стратегии коммуникации с аудиторией в сторону их активизации.

*В заключении* приводятся основные результаты, выводы исследования.

Дальнейшие направления исследования проблемы функционирования современной блогосферы как платформы для презентации коллективного самосознания автор видит в развитии идей, направленных на разработку и изучение новых форм блогкоммуникации авторов и пользователей ресурсов, которые могли бы продемонстрировать наиболее эффективные результаты для обмена мнением и общественных дискуссий, приводящих к конкретным гражданским поступкам и социально значимой активности общественности. Закономерным также видится и расширение выборки исследования как в географическом аспекте (в частности, изучение блогосферы стран Европы, СНГ), так и типологическом контексте (выявление закономерностей у других типов блогов, демонстрирующих наибольший интерес у аудитории, в частности, псевдоанонимных, коллективных и т.д.).

**Основные выводы и положения диссертации отражены  
в следующих публикациях:**

**I. В ведущих рецензируемых научных журналах, включенных в Перечень ВАК Минобрнауки РФ:**

1. *Савенков В.Д.* Развитие интернета и блогосферы в XXI веке // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Сер.: Гуманитарные науки. 2018. № 2. С. 147-151.

2. *Савенков В.Д.* Функции блогосферы в РФ и США в XXI веке: сходства и различия // Социодинамика. 2018. № 3. С. 16-26.

3. *Савенков В.Д.* Социальные медиа как блог-платформы // Социодинамика. 2018. № 6. С. 8-20. doi: 10.25136/2409-7144.2018.6.26488

**II. В других изданиях:**

4. *Грабельников А.А., Савенков В.Д.* Применение новых медиатехнологий и диалогической модели обучения в рамках аспирантуры // Образовательное пространство в информационную эпоху (ЕЕИА-2017): мат-лы междунаро. науч.-практ. конф. (Москва, 2017 г.). 2017. С.266-275. doi: 10.15405/epsbs.2017.08.36.

5. *Савенков В.Д.* Типологизация блогосферы: виды и критерии // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: мат-лы VII Всеросс. науч.-практ. конф. (РУДН, 2016 г.). М.: РУДН, 2016. С.312-315.

6. *Савенков В.Д.* Современное состояние отечественной блогосферы // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: мат-лы VI Всеросс. науч.-практ. конф. (РУДН, 2015 г.). М.: изд-е РУДН, 2015. С.482-485.

7. *Савенков В.Д.* The Evolution of United States' Blogging and Social Networking: 2010-2015 // Global Science and Innovation: International Conference (Чикаго, Институт стратегических исследований, 2015 г.). Chicago: Strategic Studies Institute, 2015. С.13-17.

**САВЕНКОВ ВЛАДИСЛАВ ДМИТРИЕВИЧ**  
**МЕСТО И РОЛЬ БЛОГОСФЕРЫ В СИСТЕМЕ**  
**МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ РОССИИ И США)**

Диссертация посвящена выявлению особенностей и тенденций развития блогосферы в современной системе массовой коммуникации как инструмента проявления гражданской активности, имеющего определенную национальную специфику. Автор рассматривает феномен новых медиа как составной части современной системы средств массовой коммуникации, исследует историю и типологию блогосферы, определяет потенциал социальных сетей как блог-платформ, выявляет тенденции развития и функционирования блогосферы как средства презентации коллективного самосознания. В рамках проведенного практического исследования на примере российских и американских блогов в работе выявлены особенности современной новостной блогосферы как платформы общественных дискуссий и самопрезентации авторов и читателей, исследована специфика коммуникации новостных блогеров с аудиторией с учетом ее национальной обусловленности; определено место новостной блогосферы в современном Интернет-пространстве.

**SAVENKOV VLADISLAV DMITRIEVICH**  
**THE PLACE AND ROLE OF THE BLOGOSPHERE IN THE SYSTEM OF**  
**MASS COMMUNICATION (ON THE EXAMPLE OF RUSSIA AND THE USA)**

The dissertation research is devoted to identification of features and trends of development of a blogosphere in the modern system of mass communication as instrument of the manifestation of civil activity having certain national specifics. The author considers a phenomenon of new media as a component of a modern system of mass media, investigates history and typology of a blogosphere, determines the capacity of social networks as blogging platforms, reveals trends of development and functioning of a blogosphere as a mean of presentation of collective consciousness. Within the conducted practical research on the example of the Russian and American blogs in the dissertation there are revealed the features of modern news blogosphere as a platform of public discussions and self-presentation of authors and readers, there are also investigated the specifics of communication of news bloggers with audience taking into account its national conditionality; the place of a news blogosphere in modern Internet space is defined.