

Русскоязычная блогосфера: традиции и инновации в политической коммуникации

Павел Витальевич Ушанов,

доктор филологических наук, профессор Высшей школы кино и телевидения Владивостокского государственного университета, Владивосток.

E-mail: ushanov08@mail.ru

В статье русскоязычная политическая блогосфера рассматривается в качестве продукта взаимовлияния традиций национальной публичной социальной коммуникации и новых технологических возможностей создания контента. При описании эволюции публичной социальной коммуникации делается акцент на том, что в XIX в. в рамках европейской системы массовой информации создавались модели медийных бизнес-проектов, в то время как в России основным наследием являются художественные произведения и публицистика. Подчёркивается роль Ф.М. Достоевского в формировании такой формы коммуникационной работы, как блогинг. В статье даётся характеристика блогосферы как пространства формирования идей и смыслов, рассматриваются технологические особенности блогинга, этапы формирования. Выделяется фактор, повлиявший на быстрое формирование русскоязычной блогосферы, — высокий градус идеологической дискуссии в экспертном сообществе РФ в 2000-х гг. в рядах сторонников всех форм политического сознания. Российская политическая блогосфера за 17 лет своего существования прошла следующие этапы: экстенсивный рост, легализация, легимитизация. В настоящий момент идёт четвёртый этап — структуризация по идеологическим ориентирам. Отмечаются изменения, которые обозначились в рамках российского блогинга с началом проведения специальной военной операции на Украине: активное участие в создании новостной повестки, формирование нового типа — «немассового блога», который ориентирован на лидеров общественного мнения (блогеров, журналистов) и характеризуется подчёркнутой идеологической ангажированностью.

Ключевые слова: политическая коммуникация, блогосфера, блогинг, идеологическая дискуссия.

**Russian Blogosphere:
Traditions and Innovations in Political Communication.**
Pavel Ushanov, Vladivostok State University, Vladivostok, Russia.
E-mail: ushanov08@mail.ru.

The paper considers the Russian-language political blogosphere as a product of the mutual influence of the traditions of national public social communication and new technological possibilities for creating content. Describing the evolution of public social communication, emphasis is placed on the fact that in the 19th century the European mass media system created models of media business projects while in Russia the main heritage is works of art and journalism. The paper emphasizes the role of F.M. Dostoevsky in the formation of such form of communication work as blogging. The paper characterizes the blogosphere as a space for the formation of ideas and meanings, highlights the technological features of blogging and the stages of its formation. The paper highlights the factor that influenced the rapid formation of the Russian-speaking blogosphere — a high degree of ideological discussion in the expert community of the Russian Federation in the 2000s among supporters of all forms of political consciousness. Over the past 17 years, the Russian political blogosphere has gone through the following stages: extensive growth, legalization, legitimation. At the moment, the fourth stage is developing — structuring according to ideological guidelines. The author highlights the changes that have emerged in the Russian blogging since the beginning of the Special Military Operation in Ukraine: active participation in creating the news agenda, the formation of a new type of a “non-mass blog”, which is focused on public opinion leaders (bloggers, journalists) and is characterized by an underlined ideological involvement.

Keywords: political communication, blogosphere, blogging, ideological discussion.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Большинство исследователей политической системы современной России, при разных методологических подходах и источниковой базе, чаще всего сходятся в одном — основные конструкции РФ относятся к «переходному типу». Этим объясняется высокий градус политико-идеологической дискуссии, поиск оптимальной модели развития страны, а также места в системе международных отношений. В рамках отечественной истории — Российская империя, СССР, РФ — возникали периоды, когда вопрос будущего страны становился актуальным для тех слоёв общества, которые не были прежде активно включены в политический процесс. Эти времена характеризуются ростом

количества субъектов коммуникации, повышением градуса дискуссии, активным включением аудитории в интерактивное взаимодействие.

До начала 2000-х гг. у СМИ была монополия на создание и трансляцию не только новостей, но и идей, мнений, смыслов. С развитием технологии Web 2.0 в информационное производство включились миллионы новых коммуникаторов. Они сформировали цифровое информационное пространство, которое стали обозначать термином «блогосфера». Как и традиционные СМИ, блогосфера разделилась на сегменты, исходя из цели и функций конкретных коммуникаторов. Одним из значимых её сегментов стала политическая блогосфера, которая на настоящий момент оформилась в качестве структурного элемента современных информационно-пропагандистских комплексов, в качестве центра притяжения и объединения сторонников конкретных форм политического сознания.

Таким образом, политический сегмент русскоязычной блогосферы как инструмент идеологической борьбы является предметом нашей статьи. Мы постараемся выявить историческую связь современного блогерства с традициями русской публицистики, описать этапы её формирования, а также обосновать направления дальнейшей структуризации исходя из политико-идеологических реалий. Данные вопросы, как мы предполагаем, являются на настоящий момент актуальными, поскольку позволят раскрыть аспекты функционирования блогосферы как относительно нового не только информационного, но и общественно-политического феномена.

БЛОГ КАК КАНАЛ И СРЕДСТВО ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Появление и развитие блогинга связывают с технологическим совершенствованием цифровой коммуникации. В 1999 г. появились интернет-платформы, которые позволяли регистрировать персональные аккаунты и вести информационную деятельность. Среди них был и *LiveJournal* («Живой журнал»), который с 2006 г. стал доступен в русскоязычном сегменте сети Интернет. Стоит отметить, что пользователи из РФ регистрировали аккаунты с самого начала работы этой блог-платформы, т.е. с 1999 г. В рамках данного ресурса создавались общие контуры русскоязычной блогосферы, которая на настоящий момент имеет и интересующую нас характеристику — высокую степень политизированности.

Блогосфера стала предметом научных исследований уже к концу 2000-х гг. Обзор публикаций не входит в наши задачи, поэтому обратимся к основным выводам по интересующей нас теме.

1. Блогосфера — это не только коммуникационная, но и социализирующая система, которая точно определяет место блога в данном информационном пространстве. «Если автор хочет донести информацию до аудитории, мало завести блог, необходимо также активно социализироваться, вступать в системы — сообщества, устанавливать личные связи с блогерами и т.п.» [9, с. 296].

2. Блогосферу формируют авторы блогов, поэтому данная информационная среда персонифицирована. Сам блог интересен аудитории в контексте публичного имиджа автора. М.О. Кочеткова определяет следующие типы авторов блогов (личностные образы): «1) „внешнего эксперта“ в области политики, оценивающего политические события (жанр блога-комментария); 2) „внешнего эксперта“ в области политики, оценивающего политические события и призывающего к политической борьбе (жанр блога — журналистского расследования); 3) профессионального политика, близкого к народу (особое использование жанра блога-дневника); 4) профессионального политика, представляющего институционально организованную политическую силу (жанры политического обращения и т.д.)» [4, с. 23]. Здесь мы добавим ещё один тип — художника в широком смысле, который не только творец, но и гражданин, активно участвующий в политико-идеологических дискуссиях. По своему типу подобные публикации выполнены в традициях художественной публицистики.

3. Блогосфера не ограничена технологическими форматами. Она по факту присутствия в сети Интернет мультимедийна.

4. Блогосфера стимулирует интерактивное взаимодействие с аудиториями. Интерактив не только позволяет оценивать количественные данные (посещаемость, оценки, перепосты), но и качественные, которые выражаются, например, в комментариях. Поэтому публикация в рамках блога — это не только текст автора, но и то, что создала сама аудитория по факту появления поста.

Таким образом, блогинг мы рассматриваем в качестве социальной технологии, существующей независимо от уровня развития техники и в первую очередь связанной с социальной динамикой, в рамках которой актуализируется потребность в коммуникационном взаимодействии. Такой подход нам представляется перспективным, поскольку позволяет

изучать блогинг как продукт социально-политических процессов, включая опыт доцифровой социальной коммуникации.

Любой обзор исторического развития журналистики и массовой коммуникации показывает, что все базовые коммуникативные технологии сети Интернет присутствовали в разные эпохи доцифрового информационного производства. Поэтому тот же блогинг как информационную технологию продуктивно считать суммой исторического опыта. Этой же точки зрения придерживается ряд исследователей, например Ю.И. Нестеренок, которая в диссертации «Политический блогинг в политико-коммуникативных процессах современной России» [см.: 6] приходит к выводу, что блог — это не тип носителя информации, а способ её организации. Соответственно, он может быть исполнен в любом виде, в том числе полиграфическом.

Изучение современной российской политической блогосферы заставляет нас использовать метод историзма, поскольку проблема генезиса явления позволяет найти ответы на те вопросы, которые и сегодня кажутся современными. На наш взгляд, такой подход является актуальным, поскольку специфика коммуникационной системы служит показателем самобытности самой цивилизационной системы и раскрыть её можно, только используя историческую ретроспективу.

БЛОГИНГ КАК НАЦИОНАЛЬНАЯ ТРАДИЦИЯ ПУБЛИЧНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

В истории массовой коммуникации нашей страны в качестве важной вехи исследователи выделяют указ императрицы Екатерины II «О вольных типографиях», вышедший 15 (26) января 1783 г. Он приравнивал типографии к промышленному производству, поэтому издательство становилось зоной частного предпринимательства. В рамках нашей темы данный указ можно рассматривать не столько в контексте развития национальной системы СМИ и издательского дела (поскольку он был отменён в 1796 г. из-за революционных событий во Франции и на формирование собственно системы массовой коммуникации особо не повлиял [см.: 7]), сколько в качестве отправной точки возникновения российского блогинга. Ведь как только появилась возможность, в информационное производство достаточно быстро включились не только профессиональные литераторы.

С точки зрения бизнеса издательская деятельность в то время не приносила серьёзного дохода. Главная мотивация

литераторов и издателей заключалась в стремлении доносить до общества свои идеи, влиять на формирование общественного мнения. Здесь уместно провести историческую параллель: в 2009 г., спустя всего три года после появления первой доступной на русском языке блог-площадки, поисковая система «Яндекс» фиксировала более 6,6 млн зарегистрированных блогеров в русскоязычном сегменте сети Интернет. Вероятно, стремление к публичной коммуникации можно рассматривать в качестве исторически сложившегося национального социально-культурного феномена.

Признано, что в XIX в. произошло окончательное оформление национальной культуры, в том числе массовой коммуникации. В начале века она формируется в условиях подъема национального самосознания после победы в Отечественной войне 1812 г. и успешного зарубежного похода русской армии, что стимулировало обсуждение идеальной государственной и общественной моделей для России. Этим обусловлен тот факт, что основным типом периодического издания в XIX в. в нашей стране являлся литературно-публицистический журнал, поскольку именно он наиболее удачно подходил под выделенную выше ключевую коммуникационную задачу.

В этом отношении интересно сравнить историческое наследие наиболее ярких фигур в области массовой коммуникации европейской и российской цивилизационных систем первой половины XIX в. Представители стран Европы и США (отец и сын Уолтеры, Ш.-Л. Гавас, Б. Дей, Дж. Беннет, П. Рейтер) являются создателями новых для своего времени типов СМИ, которые впоследствии стали моделями медийных бизнес-проектов. Российские авторы и издатели (Н.И. Новиков, Н.М. Карамзин, С.Н. Глинка, Н.И. Греч, В.Г. Белинский, А.С. Пушкин) известны своими литературными произведениями и идеологической публицистикой. Поэтому и типологию российских СМИ этого периода проводят по идеологической направленности редакционной политики. Как видим, публичная коммуникация в России развивалась не столько в логике становления издательского бизнеса, сколько в контексте идеологической дискуссии.

Важно отметить, что затронутый нами период — первая половина XIX в. — в фундаментальном труде В.В. Зеньковского «История русской философии» [3] попадает в исторический отрезок «до возникновения систем», т.е. до складывания идей в формы политического сознания в рамках российского политического пространства. Вполне логично, что в этот период присутствуют такие уникальные авторы, как П.Я. Чаадаев,

а дискуссия об отмене крепостного права является центральной в разных политических кругах общества. В рамках нашей темы важно подчеркнуть, что в этот период именно личность автора предопределяет интерес к нему аудитории, а не совпадение идеологических установок.

Во второй половине XIX в. происходит «оформление систем» и идеологический фактор уже становится определяющим в редакционной политике общественной периодики. За каждой значимой фигурой этой эпохи в области публичной массовой коммуникации стоит конкретное издание, которое чётко себя определяет в рамках идеологического спектра. Были факты, когда смена редактора приводила и к смене идеологического ориентира в редакционной политике. В это время традиция «персональной публицистики» окончательно оформилась в качестве важного элемента отечественной массовой информации и, как мы предполагаем, повлияла на формирование профессиональных ориентиров политического блогинга.

Самым показательным опытом описываемого периода стала практика авторской и редакторской деятельности Ф.М. Достоевского в рамках издания «Дневник писателя» (годы выхода: 1876—1877 гг., 1880—1881 гг.). Исследователи специально для него выделили новый тип издания — моножурнал. То есть это был журнал одного автора — Ф.М. Достоевского. Стоит подчеркнуть, что публицистика всемирно известного писателя долгое время рассматривалась в качестве второстепенного творческого наследия. Интерес к «Дневнику писателя» стал нарастать к середине 1980-х гг., когда было завершено издание в рамках полного собрания сочинений Ф.М. Достоевского (в 30 т.) семи томов, посвящённых этому журналу. Поэтому данная тема ещё требует своего изучения и интерпретаций. Например, актуальность и современность «Дневника писателя» была многократно подчеркнута в докладах в рамках XV Симпозиума Международного общества Достоевского (2013).

Мы же со своей стороны выдвинем следующую гипотезу: Ф.М. Достоевского следует считать первым в истории публичной массовой коммуникации блоггером. В пользу этого можно привести следующие аргументы:

1. «Дневник писателя» был информационным пространством одного автора, поэтому интересовал аудиторию в контексте личности Ф.М. Достоевского. Ранее мы аргументировали точку зрения, что блог — это способ организации коммуникации, и потому присутствие в цифровой среде для него не обязательно. Эту работу можно

было проводить и в рамках доступного в то время способа тиражирования — полиграфии.

2. Одним из условий успеха «Дневника писателя» было интерактивное взаимодействие редакции (блога) с аудиторией. Журнал был ориентирован на выполнение социализирующей задачи — активное включение аудитории в процесс создания контента (как сегодня это происходит в рамках технологии Web 2.0).
3. Ф.М. Достоевский как автор журнала интуитивно прочувствовал актуальность двусторонней модели коммуникации, которую впоследствии М.М. Бахтин назвал микродиалогом [1], а Ю.М. Лотман — автокоммуникацией [5]. Её обозначают «Я — Я», т.е. автор ведёт диалог не с читателем, а сам с собою. Такая модель подразумевает высокий уровень искренности, чего и сегодня ждёт от блогера его аудитория. В системе медийной коммуникации наиболее близок к этой модели жанр исповеди.

Таким образом, мы можем предположить, что отечественный блогинг в значительной степени опирается на национальные традиции в области массовой коммуникации. В советский период эта традиция не прервалась. Художественная публицистика существовала в качестве высшего уровня профессионального мастерства публичной коммуникации, а ведущие литературно-публицистические журналы имели миллионные тиражи. Когда во второй половине 1980-х гг. вопросы идеологических ориентиров советского общества актуализировались, именно этот тип журналов стал резко набирать популярность. Дискуссия же «толстых журналов» этого периода (например, оппозиция «Наш современник», «Молодая гвардия» — «Новый мир», «Дружба народов») стала прологом идеологического раскола не только советской системы СМИ, но и всего общества.

РОССИЙСКАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ БЛОГОСФЕРА: РЕЗУЛЬТАТЫ ГЕНЕЗИСА И ПЕРСПЕКТИВЫ

Русскоязычная блогосфера (поскольку физические адреса коммуникаторов выходили за географические границы РФ), как мы отмечали выше, была сформирована достаточно быстро — за три-четыре года. В статье «Специфика генезиса русскоязычной блогосферы» [10] мы провели анализ открытых данных и пришли к выводу, что аудитория политического сегмента блогосферы на начало 2014 г. составляет 2,5 млн чел.

Таким образом, в рамках медиаландшафта РФ общественно-политическая блогосфера ещё десять лет назад заняла место рядом с таким типом журнальной периодики, как «журналы новостей». Последние репрезентативные исследования сферы массовой коммуникации РФ проводились в 2021 г., т.е. в другой, чем сегодня, политической ситуации [см.: 2]. Политическая блогосфера опять не выделена в качестве отдельного сегмента медиаландшафта, но, применяя ранее используемую методику, мы можем предположить, что количественно её аудитория точно превысила 10 млн чел.

Среди факторов, которые способствовали оформлению блогосферы, нельзя не отметить высокий градус идеологической дискуссии в экспертном сообществе РФ в 2000-х гг. Причём не столько спорили с оппонентами (что традиционно), сколько дискуссия велась внутри идеологических систем либералов, консерваторов и социалистов. Описание её содержания не входит в наши задачи (они разобраны, см.: [8]). Для нас важно выделить основные каналы трансляции суждений и смыслов: общественно-политическая массовая периодика, публицистические журналы, научные работы (диссертации, монографии, статьи в научных журналах). Как видим, несмотря на доминирование на тот момент в медиаландшафте страны телевидения и сетевых СМИ, по-прежнему письменный текст являлся основным способом фиксации политических идей.

В первый год появления ресурса *LiveJournal* в русскоязычном сегменте (2006) он рассматривался как оппозиционная коммуникационная площадка прежде всего самой оппозицией. Однако третий президент РФ Д.А. Медведев не только вёл свои блоги, но и продвигал идею необходимости активно использовать эту платформу представителями власти. В декабре 2009 г. на заседании Государственного совета, посвящённом проекту «Электронное правительство», было прямо заявлено, что работа в блогосфере и социальных сетях является важным направлением деятельности всех уровней государственной власти, а также местного самоуправления.

Достаточно быстро стали проявляться новые эффекты, связанные с использованием этих коммуникационных площадок. Например, в 2010 г. в рейтинге политических блогов России, составленном журналом *Forbes*, 17-е место занял блог главного специалиста отдела ЖКХ администрации Покровского сельского поселения Приморского края А. Полищука. Он обошёл более сотни блогов губернаторов, министров и т.д., над которыми работали профессиональные команды. В это же время

глава Чеченской республики Р.А. Кадыров, благодаря грамотной коммуникационной работе в рамках цифровых площадок, становится политиком федерального уровня.

Период становления русскоязычной блогосферы логично разбить на три этапа:

- 1) 2006—2010 гг. В этот период имеет место экстенсивное развитие новой коммуникационной среды, формирование её принципов и ключевых технологий, закрепление блогинга как нового вида профессиональной деятельности.
- 2) 2011—2014 гг. Происходит легализация блогосферы в качестве актуального информационного пространства для ведения публичной политической коммуникации.
- 3) 2014—2022 гг. 1 августа 2014 г. вступили в силу поправки к Федеральному закону РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», которые приравнивали популярные блоги (имеющие более трёх тысяч уникальных посетителей в сутки) к СМИ. Такие блоги подлежали обязательной регистрации в специальном реестре Роскомнадзора. По факту блогосфера вошла в правовое поле, и данная коммуникационная деятельность стала регулироваться законодательством РФ.

После начала специальной военной операции на территории Украины (с 24 февраля 2022 г.) развитие русскоязычной блогосферы вступило в новый этап. Он характеризуется значительным ростом аудитории, увеличением количества блогов, включением в политическую коммуникацию таких цифровых площадок, как мессенджеры. Остановимся на основных результатах первого года данного этапа.

Блогосфера стала активно создавать новостной контент. До настоящего момента трудно было предположить, что блоги будут конкурентоспособны именно в формировании новостной картины дня, поскольку в этой нише работали крупные профессиональные команды информационных агентств, сетевых СМИ и круглосуточных новостных телеканалов. Используя факторы личного присутствия на линии боевого соприкосновения и наличия уникальных источников информации, блогеры (военкоры) сумели организовать систематическую публикацию своих материалов, выдерживая вполне удовлетворительный уровень периодичности — два-три и более поста в день. Коммуникативные возможности мессенджеров, как правило «Телеграма», позволяют формировать полноценную мультимедийную новостную ленту. При этом такие сообщения отбираются и комментируются согласно чётким идеологическим

ориентирам автора блога. Таким образом, аудитория блога — это не только потребители информации, но и, прежде всего, идеологические сторонники.

Запрещение деятельности на территории РФ ряда цифровых коммуникационных площадок стало причиной углубления раскола русскоязычной блогосферы. Использование запрещённых сетевых ресурсов стало фактором характеристики автора в качестве оппозиционера. Соответственно, коммуникационная работа в социальных сетях и мессенджерах, которые не игнорируют законодательство РФ, рассматривается как лояльная по отношению к государственной власти.

С осени 2022 г. в блогосфере стал заметен целый пласт публикаций, в которых текущая политическая повестка осмысливается в самом широком контексте, т.е. выходит за рамки оперативной аналитики. Данные публикации характеризуются не столько политической, сколько идеологической позицией автора. Это даёт нам возможность предположить, что в настоящий момент сложились как общественно-политические, так и технологические условия для формирования в блогосфере нового типа средства массовой коммуникации, который был бы функционально похож на «журналы мнений».

Этот тип СМИ сформировался на основе европейской модели массовой информации. Издателями выступают фонды, институты и т.д., которые проводят изучение социально-политических, экономических, культурных вопросов современного общества. Исследования осуществляются с позиции конкретной идеологической доктрины, поэтому они подчёркнуто идеологически ангажированы. «Журналы мнений» выступают площадкой для публикаций и интерпретаций результатов исследований и являются фактором влияния на лидеров общественного мнения, как правило, с помощью инициированных дискуссий. Например, одним из самых резонансных был информационный эффект после публикации в 1989 г. в консервативном журнале *National Interest* статьи Ф. Фукуямы «Конец истории?». В нашей стране этот тип периодики исторически не сложился, поскольку вопросы идеологии решались в широком цивилизационном контексте, выходя за рамки теоретических моделей. Поэтому не случайно литературно-художественный журнал («толстый журнал») стал информационным пространством формирования и трансляции смыслов. В современных условиях информационной перегруженности и острой фазы идеологического противостояния становление системы «немассовых блогов» с чёткой идеологической позицией, которые бы стремились

влиять на такую узкую аудиторию, как лидеры общественного мнения (в том числе — блогеров, журналистов), с помощью глубокой аналитики, нам видится вполне логичным.

Таким образом, мы склонны рассматривать русскоязычную общественно-политическую блогосферу, прежде всего, в качестве продукта эволюции публичной политической коммуникации в нашей стране. Её центральным элементом является автор, который не может оставаться идеологически нейтральным. Даже создатели художественного, развлекательного контента вынуждены доносить до аудитории свою позицию по текущей политической повестке, поскольку одной из особенностей информационного поля в РФ является активное взаимовлияние и взаимодействие творчества с политической практикой.

ЛИТЕРАТУРА И ИСТОЧНИКИ

1. Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского // Собрание сочинений: в 7 т. М.: Русские словари, Языки славянской культуры. 2002. Т. 6. С. 6—301.
2. Волков Д., Гончаров С., Парамонова А., Левен Д. Российский медиаландшафт — 2021. URL: <https://www.levada.ru/2021/08/05/rossijskij-medialandshaft-2021/> (дата обращения: 10.03.2023).
3. Зеньковский В.В. История русской философии. М.: Академический проект; Раритет, 2001. 880 с.
4. Кочеткова М.О. Трансформация «Образа автора» в блоге как отражение социокультурно обусловленной жанровой динамики блогосферы (на примере блогов, реализующих политическую тематику) // Вестник Томского государственного университета. 2016. № 407. С. 17—24.
5. Лотман Ю.М. О двух моделях коммуникации в системе культуры // Избранные статьи: в 3 т. Таллинн: Александра, 1992. Т. 1. С. 76—89.
6. Нестеренок Ю.И. Политический блогинг в политико-коммуникативных процессах современной России: дис. ... канд. полит. наук. Ростов-на-Дону, 2013. 151 с.
7. Самарин А.Ю. Под каким присмотром и цензурю печатание книг происходит: типографское дело и цензура в России эпохи Просвещения // Новое литературное обозрение. 2008. № 4. С. 356—375.
8. Ушанов П.В. Идеологическая инверсия как политический ресурс власти «России Путина» // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2014. № 9. Ч. 1. С. 185—188.
9. Ушанов П.В. Коммуникационные стратегии российской власти: бинарность и конвергентность структурных элементов: дис. ... д-ра филол. наук. Владивосток, 2016. 370 с.

10. Ушанов П.В. Специфика генезиса русскоязычной блогосферы // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2014. № 1. С. 123—128.

REFERENCES

1. Bakhtin M.M. Problemy poetiki Dostoevskogo [Problems of Dostoevsky's Poetics]. *Sobranie sochineniy: v 7 t.* [Collected Works: in 7 Volumes]. Moscow, Russkie slovari, Yazyki slavyanskoy kul'tury Publ., 2002, vol. 6, pp. 6—301. (In Russ.)
2. Volkov D., Goncharov S., Paramonova A., Leven D. *Rossiyskiy medialandshaft — 2021* [Russian Media Landscape — 2021]. Available at: <https://www.levada.ru/2021/08/05/rossijskiy-medialandshaft-2021/> (accessed 10.03.2023). (In Russ.)
3. Zen'kovskiy V.V. *Istoriya russkoy filosofii* [History of Russian Philosophy]. Moscow, Akademicheskii proekt, Raritet Publ., 2001, 880 p. (In Russ.)
4. Kochetkova M.O. Transformatsiya «Obraza avtora» v bloge kak otrazhenie sotsiokul'turno obuslovennoy zhanrovoy dinamiki blogosfery (na primere blogov, realizuyushchikh politicheskuyu tematiku) [Transformation of the “Image of the Author” in the Blog as a Reflection of the Socioculturally Determined Genre Dynamics of the Blogosphere (A Case Study of Blogs Implementing Political Themes)]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2016, no. 407, pp. 17—24. (In Russ.)
5. Lotman Yu. M. O dvukh modelyakh kommunikatsii v sisteme kul'tury [About Two Models of Communication in the System of Culture]. *Izbrannye stat'i: v 3 t.* [Selected Papers: In 3 Volumes]. Tallinn, Aleksandra Publ., 1992, vol. 1, pp. 76—89. (In Russ.)
6. Nesterenok Yu.I. *Politicheskii blogging v politiko-kommunikativnykh protsessakh sovremennoy Rossii: dis. ... kand. polit. nauk* [Political Blogging in Political and Communication Processes in Modern Russia: PhD in Politics]. Rostov-na-Donu, 2013, 151 p. (In Russ.)
7. Samarin A.Yu. Pod kakim prismotrom i tsenzuroyu pechatanie knig proiskhodit: tipografskoe delo i tsenzura v Rossii epokhi Prosveshcheniya [Under What Supervision and Censorship Does Book Printing Happens: Typography and Censorship in Russia during the Enlightenment Period]. *Novoe literaturnoe obozrenie*, 2008, no. 4, pp. 356—375. (In Russ.)
8. Ushanov P.V. Ideologicheskaya inversiya kak politicheskii resurs vlasti «Rossii Putina» [Ideological Inversion as a Political Resource of Power in “Putin's Russia”]. *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki*, 2014, no. 9, part 1, pp. 185—188. (In Russ.)
9. Ushanov P.V. *Kommunikatsionnye strategii rossiyskoy vlasti: binarnost' i konvergentnost' strukturnykh elementov: dis. ... d-ra filol. nauk* [Communication Strategies of the Russian Government: Binariness and Convergence of Structural Elements: PhD in Philology]. Vladivostok, 2016, 370 p. (In Russ.)
10. Ushanov P.V. Spetsifika genetsisa russkoyazychnoy blogosfery [The Specifics of the Genesis of the Russian-Speaking Blogosphere]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta*, series: “Filologiya. Zhurnalistika”, 2014, no. 1, pp. 123—128. (In Russ.)

Дата поступления в редакцию 30.05.2023