

Оригинальная статья / Original article

УДК 811

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2025-15-4-91-100>

Многослойность языка блогера в цифровой коммуникации

М.Э. Рябова¹✉

¹Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г. Разумовского
(Первый казачий университет)
ул. Земляной Вал, д. 73, Москва 109004, Российская Федерация

✉ e-mail: ryabovame@mail.ru

Резюме

Актуализируется современный язык блогеров как уникальное явление, формирующееся под воздействием цифровой коммуникации. Анализируются особенности языка блогеров, его основные функции, а также влияние на языковую культуру и коммуникацию в обществе.

В качестве материала исследования выступает оригинальный русскоязычный контент блогов, размещенный на платформах «ВКонтакте», «Яндекс Дзен», «Пикабу», отобранный методом сплошной выборки.

Цель исследования заключается в осмыслении динамики языка блогера в контексте цифровой коммуникации, позволяющей фиксировать новые способы выражения и взаимодействия.

Достижение поставленной цели возможно при последовательном решении следующих задач: рассмотрения ключевых понятий «многослойность языка», «полилогос»; сравнительной характеристике нескольких популярных в России платформ, где осуществляется блогерская коммуникация; выявления специфики цифровых сообщений; анализа многослойности языка блогеров и установления лингвистической функции поликодовых единиц в процессе формирования нового языка цифровой коммуникации.

Методы исследования: сравнительно-сопоставительный, коммуникативно-прагматический анализ с элементами социолингвистического анализа.

Выявлена двойственная структура языка блогеров, состоящая из вертикальной и горизонтальной составляющих, сочетание которых усиливает воздействующий эффект на аудиторию. Сделаны выводы о том, что многослойность языка в блогосфере перманентно обновляется, порождая не просто новые гибридные формы языка, но и сдвигая его нормы.

Анализ многослойности их языковых средств выражения позволит лучше понять трансформации норм общения в цифровой среде, выявить тенденции изменения современного языка с точки зрения лингвистического, культурного и технологического развития. Важно продолжать исследования в данной области, чтобы глубже понять роль блогеров в формировании языковой картины современности, осмыслить реальные и потенциальные последствия социокультурных преобразований.

Ключевые слова: блогер; многослойность языка; полилогос; поликодовость; цифровая коммуникация.

Конфликт интересов: Автор декларирует отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

Для цитирования: Рябова М.Э. Многослойность языка блогера в цифровой коммуникации // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2025. Т. 15, № 4. С. 91-100. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2025-15-4-91-100>.

Статья поступила в редакцию 23.05.2025

Статья подписана в печать 16.07.2025

Статья опубликована 22.12.2025

The Multilayered Language of the Blogger in Digital Communication

Marina E. Ryabova¹✉

¹Moscow State University of Technology and Management named after K.G. Razumovsky" (First Cossack University)
73, Zemlyanoy Val Str. Moscow 109004, Russian Federation

✉e-mail: ryabovame@mail.ru

Abstract

The modern language of bloggers is updated as a unique phenomenon formed under the influence of digital communication. The features of the language of bloggers, its main functions, as well as the impact on language culture and communication in society are analyzed.

The research material is the original Russian-language content of blogs posted on the platforms VKontakte, Yandex Zen, Pikabu, selected using the continuous sampling method.

The aim of the study is to understand the dynamics of blogger language in the context of digital communication, which allows recording new ways of expression and interaction.

Achieving the set goal is possible with a consistent solution to the following tasks: consideration of the key concepts of "multi-layered language", "polylogos"; comparative characteristics of several popular platforms in Russia where blog communication is carried out; identifying the specifics of digital messages; analysis of the multi-layered language of bloggers and establishment of the linguistic function of polycode units in the process of forming a new language of digital communication.

Research methods: comparative-contrastive, communicative-pragmatic analysis with elements of sociolinguistic analysis.

A dual structure of the bloggers' language has been identified, consisting of vertical and horizontal components, the combination of which enhances the impact on the audience.

Conclusions are made that the multi-layered language in the blogosphere is permanently updated, generating not only new hybrid forms of language, but also shifting its norms.

An analysis of the multi-layered nature of their linguistic means of expression will allow us to better understand the transformation of communication norms in the digital environment and identify trends in the change of modern language from the point of view of linguistic, cultural and technological development. It is important to continue research in this area in order to better understand the role of bloggers in shaping the linguistic picture of modernity and to comprehend the real and potential consequences of socio-cultural transformations.

Keywords: *blogger; multi-layered language; polylogos; polycode; digital communication.*

Conflict of interest: *The Author declare the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.*

For citation: Ryabova M.E. The Multilayered Language of the Blogger in Digital Communication. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2025; 15(4): 91–100 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2025-15-4-91-100>.

Received 23.05.2025

Accepted 16.07.2025

Published 22.12.2025

Введение

Сегодняшняя электронная коммуникация характеризуется широким спектром форм и площадок взаимодействия, среди которых особое место занимает блогосфера, в которой каждый человек потенциально может вести личный блог. Блогосфера подразумевает «совокупность всех блогов в сети Интернет» [1, с. 79]. Блогер, выступая инициатором не-

формальной публичной коммуникации, создает уникальную среду общения с неограниченным числом участников, в которой язык приобретает поликодовые черты, превращаясь в полилогос. Вовлеченность большого количества людей в макроструктуру блога делает важной постановку проблемы языка интернет-коммуникации вообще и блога в частности. В коммуникативном пространстве

виртуальности блогеры становятся не просто носителями нового культурного контекста, но и его создателями, влияющими на общественное мнение.

Актуальность исследования обусловлена мультикодовой спецификой речевой активности блогеров, требующей тщательного изучения.

Цель исследования заключается в осмыслении динамики языка блогера в контексте цифровой коммуникации, позволяющей фиксировать новые способы выражения и взаимодействия.

Материалы и методы

В качестве материала исследования выступил большой массив русскоязычного контента блогов, размещенного в социальных сетях «ВКонтакте», «Яндекс Дзен», «Пикабу», отобранного методом сплошной выборки за период с февраля 2023 по январь 2025 гг. Ведущим методом явился сравнительно-сопоставительный, дополненный методом лингвистического описания, которые нашли применение в работе при интерпретации анализируемого материала и обобщении полученных результатов. Кроме того, для достижения поставленных целей и задач в работе был использован метод коммуникативно-прагматического анализа с элементами социолингвистического анализа при выявлении многослойности языка блогеров.

Результаты и обсуждение

Цифровая коммуникация существенно отличается от традиционных форм общения, в первую очередь, многообразием участников и форматов. Расширение пространства коммуникации осуществляется за счет появления новых видов сетевых практик, среди которых следует выделить такие наиболее популярные медиа, как блоги и социальные сети. Е.Г. Новикова относит блог к такому тексту, в котором автор и читатель выступают равноправными его создателями [2, с. 88]. Потенциал новых жанров интер-

нет-коммуникации пояснен Р. Нойманом как постоянно доступных «на цифровых устройствах и подразумевающих активное участие пользователей в создании и распространении контента» [3, с. 51].

Множественные дискуссии блогеров на различных платформах создали специфичный полилогос, ставший значимым событием информационной эпохи. Полилогос основывается на диалоге, однако отличается от него гораздо большим количеством участников, обсуждающих одну тему, зачастую с различных точек зрения. По мнению Ж. Лакана, такие многоуровневые дискуссии демонстрируют динамику смыслов и социального взаимодействия [4].

Современные цифровые платформы способствуют развитию полилогоса блогосферы, позволяя мгновенно реагировать на высказанные идеи, сочетая различные коды.

Прежде, чем перейти к рассмотрению особенностей языка в блогосфере, выделим ключевые черты трех популярных площадок для ведения блогов «ВКонтакте», «Яндекс Дзен», «Пикабу», чтобы понимать специфику их контента.

Социальная сеть «ВКонтакте» обладает возможностью создания личных страниц, сообществ и публикации разнообразного контента, охватывающего общение, фотографии, видео.

Платформа «Яндекс Дзен» предназначена для публикации текстов, статей, видео с акцентом на персонализированную ленту рекомендаций.

Социальная новостная платформа «Пикабу» специализируется на активном обсуждении актуальных новостей, включая истории, мемы и другие материалы.

Все три платформы ориентированы на создание и распространение контента пользователями и обладают возможностью комментирования, лайков, репостов, способствуя интерактивной коммуникации всех желающих, вне зависимости от степени их знакомства. Тем не менее, между этими платформами есть раз-

личия, заключающиеся в том, что «ВКонтакте» поддерживает широкий спектр контента, включая мультимедийные файлы. Блог-платформа «Яндекс Дзен» больше сфокусирована на статьях и видео, используя алгоритмы для персонализации ленты пользователя, а «Пикабу» специализируется на пользовательских историях и мемах, полагаясь на популярность контента. Согласно исследованию, опубликованному на сайте Mediascop¹, «Яндекс Дзен» и «ВКонтакте» обладают аудиторией около 80 миллионов пользователей в месяц, а «Пикабу» имеет около 134 миллионов визитов в месяц. Сказанное свидетельствует о высокой активности участников на платформах и выбор между этими платформами зависит от целей коммуниканта, типа контента и индивидуальных предпочтений.

В цифровой среде язык быстро адаптируется к новой аудитории, ситуации, платформам и культурным контекстам. Язык блогеров давно привлекает внимание лингвистической науки, о чем свидетельствуют работы, посвященные многогранной тематике коммуникации в блогосфере [5, 6, 7]. Ученые анализируют его с точки зрения специфики общения, функциональности, структуры, влияния на нормы языка, включая формирование новых практик [8, 9, 10, 11].

Рассмотрение богатой области языка блогеров отечественными и зарубежными учеными имеет сходства и различия, обусловленные методологией исследований, акцентами на различных аспектах коммуникации и социокультурными контекстами. В частности, сходства в подходах можно обнаружить в выделении мультимодальности как ключевой характеристики языка блогеров. Мультимодальность подразумевает использование нескольких семиотических систем для передачи информации, к примеру текста, изображений, эмодзи, графических средств

и других составляющих, которые в контексте блогерской коммуникации выступают единой системой создания смысла.

Общим для всех исследований является также мысль о глобализации языка блогеров, что подтверждается наличием в сообщениях англицизмов, мемов и других узнаваемых элементов массовой культуры для усиления или передачи эмоций. Е. А. Кольцова и Ф. И. Карташкова обращают внимание, что «неформальное письменное общение в сфере цифровой коммуникации представляет определенные сложности», которые проявляются в неоднозначном контексте с помощью эмодзи и повышают эффективность коммуникативного акта [12].

Что же касается различий в подходах, то отечественные авторы подчеркивают языковую специфику блогеров, связанную с русской культурой [13], включая разговорные конструкции, сленг и уникальные мемы. Например, в постах часто можно встретить выражение: *Это чисто ламповая атмосфера*, которое означает очень уютную, теплую и душевную обстановку. Слово *ламповая* содержит отсылку к старым ламповым телевизорам или радиоприемникам, символизирующим что-то уютное, ностальгирующее, когда люди собирались тесной компанией и что-то обсуждали.

Западные авторы заостряют внимание на интернациональном аспекте и влиянии глобальной медиакультуры, относя к числу маркеров блогерской коммуникации склонность к упрощенной подаче смысла сообщения благодаря использованию семиотических средств символики, включая иконические знаки [14]. Например, инфографика о состоянии климата легче воспринимается, чем сухой текст. Эмодзи, фото, цвет вызывают мгновенные эмоции у аудитории. Как известно, элементы семиотической системы демонстрируют множество лингвистических слоев, среди которых доминирует визуальный. Визуализация облегчает восприятие в условиях информационной

¹ URL: <https://mediascope.net/data/> (дата обращения 25.01.2025).

перегрузки и приближает язык к универсальному, понятному большинству. Мультимодальность же делает блогговую коммуникацию в целом более комфортной, предоставляя выбор каждому участнику, для одного – текст, для другого – изображение. Сказанное подводит к выводу, что мультимодальность формирует комплексный опыт восприятия различных каналов, соединенных в одном сообщении и выступает ведущим инструментом анализа современной коммуникации.

Непрекращающиеся исследования блогосферы подчеркивают постоянное обновление языка блогеров, его развитие под влиянием цифровой коммуникации. Специфика полилога блогосферы выражается, в первую очередь, в наличии вертикальной и горизонтальной структуры.

Под *вертикальной* структурой подразумевается такая форма организации цифровой коммуникации, при которой блогер контактирует с аудиторией на нескольких иерархичных уровнях, от базового (например, публикация поста) до более сложных, гибридных (например, взаимодействие в комментариях и реакция на обратную связь), создавая многоуровневый полилог. В этом полилоге участвуют не только сам автор-блогер и его подписчики, но и подписчики между собой. Центральным элементом вертикальной структуры выступает контент блогера, выступающим в роли триггера для обсуждения. Первичный уровень представлен непосредственными комментариями и реакциями на базовый контент (лайки, репосты), которыми подписчики выражают свое мнение, уточняют информацию или соглашаются или оспаривают позицию блогера. Обсуждая тему, участники коммуникации часто отходят от основной темы, часто создавая частные подтемы, образуя мини-дискуссии. При чем автор-блогер может также активно вступать в дискуссии, направлять обсуждение, поддерживая тем самым интерес, стимулируя дальнейшее

общение. Широкая вовлеченность аудитории приводит к тому, что контент «вирусится», приводит к распространению через репосты, выходя за рамки блога, переходя на другие платформы, создавая тем самым новый круг мультипликации. Интеграция внешнего контекста в виде примеров, мемов, любых ссылок в обсуждение, расширяет смысловое содержание, превращает блогговую коммуникацию в открытое сетевое социокультурное явление.

Вертикальная структура полилога блогеров отличается от *горизонтальной*, подразумевающей взаимодействие между участниками на равных, без ярко выраженной доминанты одного голоса. При таком подходе акцент смещается с прямого влияния блогера на имплицитное, предполагающее равноправный обмен мнениями, в котором голос каждого важен и принят во внимание. основополагающей характеристикой горизонтальной структуры выступает децентрализованный характер общения. Несмотря на то, что автор-блогер создает контент, он не является единственным центром дискуссии. Подписчики начинают активно взаимодействовать друг с другом, обмениваться точками зрения, вести самостоятельные разговоры, перевоплощаясь в соавторов. Основное внимание смещается на коммуникацию между подписчиками. Так возникают уходящие в непредсказуемых направлениях параллельные «ветки» обсуждения, не зависящие от участия автора-блогера. Следует отметить, что популярность комментариев или идей определяется не авторитетом автора, а их релевантностью и интересом аудитории. Как правило, такие обсуждения привлекают новых участников, которые равноправно включаются в коммуникацию, что расширяет горизонтальное взаимодействие, формируя более широкую сеть. Примечательно и то, что роли соавторов не закреплены и они могут также меняться в зависимости от темы или контекста. Подобные обсуждения

становятся источником многих инновационных идей, которые могут быть использованы блогерами для создания будущих постов. Каждый участник привносит свой слой интерпретации, обогащая общий смысл дискуссии.

Язык блогера включает элементы разговорной речи, профессионального сленга, интернет-мемов и, благодаря современным технологиям, креолизированных текстов (сочетание вербального текста и визуальных элементов), что характеризует его многослойным феноменом. В литературе уже отмечалось, что лингвистика заинтересовалась когнитивными механизмами восприятия креолизованного текста «с новых позиций, когда из множества смысловых маркеров, которыми насыщен креолизированный текст, реципиент реагирует на тот или иной элемент общей стратегии, ориентируясь на текстовую риторику» [15, с. 62].

Добавление визуальных элементов (эмодзи, гифки), рождение новых языковых форм (чаты, хэштеги) создает совершенно другой, непривычный уровень языковой гибридности. Проиллюстрируем сказанное типичным примером, вариацию которого можно встретить во многих блогах.

Отлично 😊 #жду_успеха.

В приведенном примере можем наблюдать текстовое послание, эмодзи и хэштег, которые взаимодействуют, создавая многослойное сообщение, в котором разные элементы усиливают друг друга.

Лингвистический уровень блогерской коммуникации представляет собой сложную палитру поликодовых составляющих, сочетая в себе многообразие языков, регистров, стилей, диалектов, жанров, стратегий, которые контактируют друг с другом, определяя ее многослойную сущность. Языковые единицы, переплетаясь в полилогосе блогеров, приобретают дополнительные смыслы, которые зависят от контекста, культуры и аудитории. Например, сообщение: *Сего-*

дня день был просто 🔥. Не знаю, как все успел. Эмодзи 🔥 (огонь) добавляет эмоциональную окраску, подчеркивая интенсивность дня. Текст и эмодзи в сочетании создают комплексное сообщение, смысл которого вполне понятен в неформальной коммуникации. Взаимодействие текстового и визуального слоев придают сообщению более выразительный характер, подчеркивая достаточно близкую дистанцию между коммуникантами. Примечательно, что в неформальной электронной коммуникации присутствие эмодзи считается нормой, а их отсутствие даже вызывает настороженность со стороны собеседника.

Нельзя обойти вниманием возможность гипертекстуальности, появившуюся благодаря цифровым медиа, позволяющую создавать емкие сообщения, но, в случае необходимости, разворачивать их, отсылая к другим ресурсам за дополнительной информацией. Гипертекстуальность формирует сетевую структуру, в которой каждый элемент текста связан с другими текстами или медиа. Проиллюстрируем сказанное фрагментом из блогерского сообщения.

Во Франции есть правило «Кто приглашает в кафе, тот и платит». Показать еще¹. Последние слова, если их кликнуть, раскрывают тему более подробно, предоставляя собеседнику либо остановиться на основном тексте, либо углубиться в дополнительную информацию, формируя свою индивидуальную траекторию восприятия сообщения.

Кроме основного поста, блоги насыщены комментариями к нему или другим комментариям, что создает эффект полифонии голосов. Проиллюстрируем сказанное постом от Ростелеком ВКонтакте.

- Искусственный интеллект скоро обретет разум и поднимет восстание против людей. Или нет? <...> Разобла-

¹ URL: https://vk.com/wall721071898_302354 (дата обращения: 24.01.2025).

чаем восемь популярных заблуждений (гиперссылка).

Комментарии:

- Разоблачите лучше вашего бесполезного помощника <...> нельзя связаться с оператором поддержки!

- Ростелеком может этого не бояться 😂😂😂 У них и так всё очень плохо 🤔🤔🤔¹.

И далее общение уходит в другую тему, в которой искусственный интеллект обыгрывается как средство сравнения качества работы оператора. Каждый комментарий добавляет новый слой к общей дискуссии, формируя многослойный полилогос, где взаимодействуют оптимистичные, критические и нейтральные точки зрения. Полилогос здесь строится из взаимодействия между постом и комментариями разных авторов, каждый из которых пользуется либо разговорными фразами, либо креолизированным текстом (текст плюс эмодзи). Каждый слой – будь то текст, или визуальный образ, а то и музыкальное сопровождение, – дополняет друг друга, конструируя многослойность. Множество участников, обсуждающих пост либо одновременно, либо позднее во времени, подхватывает эмоциональную энергетику и продолжает ее в комментариях на комментарии. Тем самым создается настоящее многоголосье, которое доносит чувства и идеи каждого коммуниканта, играющего свою роль в формировании общего дискурса.

Многослойность языка блогеров позволяет изучать изменения языка, сочетаемость кодов в реальном времени, запечатлевая новые способы выражения и интерактивного взаимодействия. Заметим, что выбор слов, визуальных элементов, тематики блогерами оказывает влияние не только на языковое сознание, но и на их идентичность. На этот факт обращают внимание исследования К. Джуитт и Т. Триггс, в которых анализируется

возможность конструирования идентичности посредством цифровой среды и мультимодальности [16]. Схожие идеи высказывал И. Гофман, разрабатывая теорию представления «Я», в которой идентичность рассматривается как процесс управления впечатлением, которое человек производит на окружающих [17]. Эти наблюдения трудно оспаривать, ведь язык блогеров, в первую очередь, является инструментом самопрезентации, где каждая деталь (стиль речь, визуальный компонент) подчинена созданию и поддержанию репрезентируемого образа. Сама же мультимодальная среда блогосферы сочетает различные медийные форматы (текст, изображения, видео, аудио, графика и т.п.) для взаимодействия с другими участниками. Например, блогеры часто демонстрируют близость с аудиторией подобными сообщениями:

Доброе утро, дорогие 🌸

Сегодня я наконец-то дома, лежу бревном и пахну лесом 😊 <...>

Просто без вкуснях скучно лежать, согласны?²

Приведенный пример иллюстрирует специфику платформы ВКонтакте, аудитория которой ориентирована на персонализированное общение и многоформатный контент, вследствие чего ожидает от блогеров не просто качественного контента, но и личного взаимодействия, создающего образ «своего человека», близкого к участникам. Благодаря личному обращению и формату доверительного разговора, в котором блогер делится своими мыслями, повседневной ситуацией, возникает ощущение доступности и вовлеченности в ситуацию. Такой прием позволяет показать, что блогер живет «как все», стирая дистанцию между ним и аудиторией. Каждая деталь, указывающая на близость с аудиторией, является основой для успешного конструирования идентичности.

¹ URL: https://vk.com/wall-24720111_807950 (дата обращения: 24.01.2025).

² URL: https://vk.com/wall-19817989_2451489 (дата обращения: 24.01.2025).

Идентичность блогера складывается из постоянного воспроизведения ролей и регулярных практик (публикации, взаимодействие с подписчиками), соответствующих его желаемому образу. Согласно концепции перформативности (Дж. Батлер), идентичность не существует как данность, она создается через повторяющиеся действия, которые поддерживают определенный образ [18]. Специфика перформативности на платформе ВКонтакте заключается в ее интерактивности, когда аудитория не просто наблюдает, но и активно участвует в подтверждении (или опровержении) идентичности блогера через лайки, репосты и комментарии.

Выводы

Современные исследования медийной коммуникации показывают, что мультимодальность позволяет учитывать разные предпочтения аудитории. Блогеры конструируют свою идентичность в зависимости от платформы и ожиданий реципиента. Другими словами, можно утверждать, что мультимодальность платформы задает аудиторную рамку, акцентирующую либо визуальное и эмоциональ-

ное восприятие, либо текстоцентрическое и аналитический стиль и т.д.

Многослойность языка блогеров подчеркивает его уникальную гибкую природу, которая постоянно обновляется, стимулируя к жизни сочетание множества языковых форм. Перерождение полилога блогосферы это не одномоментное явление, а динамический процесс, требующий глубокого осмысления. Вертикальная структура языка блогеров позволяет не только передавать информацию, но и выстраивать сложную сетевую коммуникацию, объединяя разные уровни вовлеченности аудитории и увеличивая социальное влияние контента. Горизонтальная структура способствует созданию равноправной среды, где ценность обсуждения формируется за счет активности участников, а не авторитетности источника. Горизонтальная структура усиливает вовлеченность, креативность и ощущение сопричастности к сообществу единомышленников.

Исследование языка блогосферы способствует пониманию механизмов взаимодействия в сложных социокультурных системах, а также разработке новых подходов к организации глобального диалога.

Список литературы

1. Клинова Д.А. Дискурс блогера: социально-коммуникативный аспект // Вестник Тверского государственного университета. Серия «Философия». 2021. № 1 (55). С. 78-84.
2. Новикова Е.Г. Особенности речевого жанра дневника // Язык. Текст. Дискурс. 2005. № 3. С. 80-89.
3. Neuman W. R. The Future of the mass Audience. Cambridge: Cambridge University Press, 1991. 202 p.
4. Лакан Ж. Имена-Отца / пер с фр. А. Черноглазова. М.: Изд-во Гнозис; Изд-во Логос, 2006. 160 с.
5. Баженова Е.А., Иванова И.А. Блог как интернет-жанр // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2012. Вып. 4 (20). С. 125-131.
6. Горшкова Е.И. Коммуникативные тактики согласия в интернет-коммуникации (на примере блогов) // Вопросы когнитивной лингвистики. 2012. № 3 (32). С. 107-112.
7. Панюшева М.М. Блогосфера: традиционные СМИ vs нетрадиционные // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 4. С. 106-122.
8. Смирнова Е.А., Ибраева А.Ф. Языковые особенности текстов англоязычной блогосферы // Международный научно-исследовательский журнал. 2017. № 12-1 (66). С. 70-73. <https://doi.org/10.23670/IRJ.2017.66.159>

9. Шляховой Д.А. Жанровые характеристики блогов как электронных средств массовой коммуникации // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2017. Т. 8, № 4. С. 939-948. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2017-8-4-939-948>
10. Boyd D. A Blogger's Blog: Exploring the Definition of a Medium // Reconstruction. 2006. № 6(4). URL: <http://reconstruction.eserver.org/Issues/064/boyd.shtml>.
11. Рябова М.Э. Мем-культура и её воздействие на развитие современного общества // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки. 2023. № 1. С. 123-132. <https://doi.org/10.18384/2310-7227-2023-1-123-132>. EDN SELQPV.
12. Кольцова Е.А., Карташкова Ф.И. Мультимодальный характер цифровой коммуникации: функционирование эмодзи в межличностном общении // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2022. Т. 13, № 3. С. 769-783. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2022-13-3-769-783>
13. Кибрик А.А. Русский мультиканальный дискурс. Часть II. Разработка корпуса и направления исследований // Психологический журнал. 2018. Т. 39, № 2. С. 79-90. <https://doi.org/10.7868/80205959218020083>
14. Kress G. The multimodal landscape of communication // Medien Journal. 2002. Vol. 4. P. 4–19.
15. Вашунина И.В., Рябова М.Э. Когнитивная вариативность восприятия креолизованного текста // Организационная психолингвистика. 2024. № 2(26). С. 60-72. EDN BYAFYD.
16. Jewitt C., Triggs T. Screens and the social landscape // Visual Communication. 2006. 5 (2). P. 131-140. <https://doi.org/10.1177/1470357206065305>
17. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / пер. с англ. и вступ. статья А.Д. Ковалева. М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2000. 304 с.
18. Батлер Дж. Заметки к перформативной теории собрания. М.: Ад Маргинем, 2018. 248 с.

References

1. Klinkova D.A. Blogger's discourse: social and communicative aspect. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija «Filosofija» = Bulletin of Tver State University. Series "Philosophy"*. 2021;(1):78-84. (In Russ.).
2. Novikova E.G. Features of the speech genre of the diary. *Jazyk. Tekst. Diskurs = Language. Text. Discourse*. 2005;(3):80-89. (In Russ.).
3. Neuman W. R. The Future of the mass Audience. Cambridge: Cambridge University Press; 1991. 202 p.
4. Lakan Zh. Imena-Otca. Moscow: Gnozis; Logos; 2006. 160 p. (In Russ.).
5. Bazhenova E.A., Ivanova I.A. Blog as an Internet Genre. *Vestnik Permskogo universiteta. Rossijskaja i zarubezhnaja filologija. = Bulletin of Perm University. Russian and Foreign Philology*. 2012;(4):125-131. (In Russ.).
6. Gorshkova E.I. Communicative tactics of consent in Internet communication (using blogs as an example). *Voprosy kognitivnoj lingvistiki = Questions of cognitive linguistics*. 2012;(3):107-112. (In Russ.).
7. Panjusheva M.M. Blogosphere: traditional vs. non-traditional media. *Vestnik Moskovskogo universiteta = Moscow University Bulletin. Ser. 10. Zhurnalistika*. 2010;(4):106-122. (In Russ.).
8. Smirnova E.A., Ibraeva A.F. Linguistic features of texts in the English-language blogosphere. *Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'skij zhurnal = International research journal*. 2017;(12-1): 70-73. (In Russ.). <https://doi.org/10.23670/IRJ.2017.66.159>.

9. Shljahovoj D.A. Genre characteristics of blogs as electronic means of mass communication. *Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Serija: Teorija jazyka. Semiotika. Semantika* = *Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia. Series: Theory of language. Semiotics. Semantics*. 2017;8(4):939-948. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2017-8-4-939-948>.
10. Boyd D. A Blogger's Blog: Exploring the Definition of a Medium. *Reconstruction*. 2006;6(4). Available at: <http://reconstruction.eserver.org/Issues/064/boyd.shtml>.
11. Ryabova M.E. Meme culture and its influence on modern society. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Serija: Filosofskie nauki* = *Bulletin of Moscow State Regional University. Series: Philosophical Sciences*. 2023;(1):123-132. (In Russ.). <https://doi.org/10.18384/2310-7227-2023-1-123-132>. EDN SELQPV.
12. Kol'cova E.A., Kartashkova F.I. Multimodal nature of digital communication: functioning of emoji in interpersonal communication. *Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Serija: Teorija jazyka. Semiotika. Semantika* = *Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia. Series: Language Theory. Semiotics. Semantics*. 2022;13(3):769-783. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2022-13-3-769-783>.
13. Kibrik A.A. Russian multichannel discourse. Part II. Development of the corpus and research directions. Chast' II. Razrabotka korpusa i napravlenija issledovanij. *Psihologicheskij zhurnal* = *Psychological journal*. 2018;39(2):79-90. (In Russ.). <https://doi.org/10.7868/80205959218020083>.
14. Kress G. The multimodal landscape of communication. *Medien Journal*. 2002;4:4–19.
15. Vashunina I.V., Ryabova M.E. Cognitive variability of perception of creolized text. *Organizacionnaja psiholingvistika* = *Organizational psycholinguistics*. 2024;(2):60-72. (In Russ.). EDN BYAFYD.
16. Jewitt C., Triggs T. Screens and the social landscape. *Visual Communication*. 2006;(5):131-140. <https://doi.org/10.1177/1470357206065305>
17. Goffman I. Presenting oneself to others in everyday life. Moscow: Kanon-Press-C, Kuchkovo Pole; 2000. 304 p. (In Russ.).
18. Butler J. Notes to a Performative Theory of Assembly. Moscow: Ad Marginem; 2018. 248 p. (In Russ.).

Информация об авторе / Information about the Author

Рябова Марина Эдуардовна, доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков факультета социально-гуманитарных технологий, Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г. Разумовского» (Первый казачий университет), г. Москва, Российская Федерация, e-mail: ryabovame@mail.ru, Author ID (РИНЦ) 232882, SPIN-код: 3234-1749, ORCID 0000-0001-8728-3629, Researcher ID WoS P-4104-2015, Scopus Author ID: 57202190324

Marina E. Ryabova, Doctor of Sciences (philosophical), Federal State Budget Educational Institution of Higher Education «K.G. Razumovsky Moscow State University of Technologies and Management (the First Cossack University)», Moscow, Russian Federation, e-mail: ryabovame@mail.ru, Author ID (РИНЦ) 232882, SPIN-код: 3234-1749, ORCID 0000-0001-8728-3629, Researcher ID WoS P-4104-2015, Scopus Author ID: 57202190324