

## ШЕСТОЙ, ИНТЕРНЕТОВСКИЙ, СТИЛЬ РЕЧИ

**Нагина Маратовна ИБРАГИМОВА**

Старший преподаватель

Университет журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана

Ташкент, Узбекистан

## ОЛТИНЧИ, ИНТЕРНЕТЧА НУТҚ УСЛУБИ

**Нагина Маратовна ИБРАГИМОВА**

катта ўқитувчи

Ўзбекистон Журналистика ва оммавий коммуникациялар университети

Тошкент, Ўзбекистон

## SIXTH, INTERNET, STYLE OF SPEECH

**Nagina Maratovna IBRAGIMOVA**

Senior Lecturer

University of journalism and Mass Communications of Uzbekistan

Tashkent, Uzbekistan [naginamaratovna@mail.ru](mailto:naginamaratovna@mail.ru)

**UDC (УЎК, УДК): 811.161.1**

**For citation (иқтибос келтириш учун, для цитирования):**

Ибрагимова Н.М. Шестой, интернетовский, стиль речи // Иностранные языки в Узбекистане. — 2020. — № 5 (34). — С. 95–106.

<https://doi.org/10.36078/1610785061>

**Received:** October 10, 2020

**Accepted:** November 14, 2020

**Published:** December 20, 2020

Copyright © 2020 by author(s).

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

**Аннотация.** В статье раскрывается мысль о том, что аналитические жанры журналистики претерпевают серьезные изменения в формате интернета. В виртуальных условиях преодолеваются и игнорируются классические требования к жанру.

В отличие от традиционного представления о пяти функциональных стилях — разговорный, художественной литературы, научный, официально-деловой и публицистический, в настоящей публикации приводится обоснование того, что с появлением интернета появился новый, шестой, интернетовский стиль речи. Он характеризуется особым лексическим составом, который не подходит под прежнюю классификацию. Характерными чертами такого стиля являются свободное отношение к канонам жанровой формы, краткость, эмоциональность, личностность, частая безапелляционность, самоуверенность, скоростной режим подготовки материала, универсальность, всеобщность и разностильность.

Что касается отношения аудитории и специалистов к данной мысли, то следует отметить, что новые тенденции только поначалу воспринимаются ею как необычные, уже вскоре они становятся привычными. Метод сообщения часто становится методом формирования сознания. При принятии/непринятии новой идеи, концепции или мысли нередко срабатывает безусловный закон нейролингвистического программирования.

**Ключевые слова:** стиль; жанр; лингвистика; язык; медиа текст; блогер; печать; интернет; аудитория.

**Аннотация.** Мақолада журналистиканинг таҳлилий жанрлари Интернет формати шароитида катта ўзгаришларга учраётгани

ҳақида фикр юритилади. Виртуал муҳитда классик жанр талаблари енгиледи ва эътибордан четда қолади. Академик В. В. Виноградовдан фаркли ўларок, тилшунослик назариясидаги таснифга кўра, нутқнинг бешта услуби мавжуд: сўзлашув, адабий, илмий, расмий-идоравий ва публицистик услублар. Бу мақолада интернет пайдо бўлиши билан янги, олтинчи, интернетча нутқ услуби пайдо бўлгани асосланади. Мазкур услуб аввалги таснифга мос келмайдиган махсус лексик таркиб билан тавсифланади. Бу услубнинг характерли хусусиятлари сифатида жанр шаклидаги канонолар билан эркин муносабатда бўлиш, қисқалик, эмоционаллик, шахсият, қатъийлик, ўзига ишонч, материал тайёрлашда юқори тезликдаги режим, универсаллик, оммавийлик ва хилма-хиллик кабиларни келтириш мумкин. Аудитория ва соҳа мутахассисларнинг бу ғояга бўлган муносабатига келадиган бўлсак, янги тенденциялар дастлаб ноодатий деб қабул қилинади ва тез орада улар одатийдек қабул қилина бошлайди. Мулоқот усули кўпинча онгни шакллантириш усулига айланади. Янги ғоя, тушунча ёки фикрни қабул қилиш / рад этишда нейролингвистик дастурлашнинг мутлақ қонуни аксарият ҳолларда ўз самарасини беради.

**Калит сўзлар:** услуб, жанр, тилшунослик, медиаматн, блогер, босма, интернет, аудитория.

**Abstract.** The article reveals the idea that analytical genres of journalism are undergoing major changes in the format of the Internet. In virtual environments, classical genre requirements are overcome and ignored.

In contrast to the traditional view of the five functional styles — conversational, literary, scientific, official-business and journalistic, this publication provides a justification for the fact that with the advent of the Internet, a new, sixth, Internet-based style of speech has appeared. It is characterized by a special lexical composition that does not fit the previous classification. The characteristic features of this style are a free attitude to the canons of genre form, brevity, emotionality, personality, frequent peremptory, self-confidence, high-speed mode of material preparation, universality, universality and diversity.

As for the attitude of the audience and specialists to this idea, it should be noted that new trends are only initially perceived as unusual, and soon they become familiar. The method of communication often becomes a method of forming consciousness. When accepting / rejecting a new idea, concept or thought, the unconditional law of neuro-linguistic programming often works.

**Keywords:** style; genre; linguistics; language; media text; blogger; print; Internet; audience.

Виртуальные медиатексты — новый мир лингвистики, требующий такого же и даже большего числа исследований, как и в традиционном языкознании. Поэтому мы выбираем одно локальное направление — лингвистику виртуальных аналитических жанров, их лингвистическую трансформацию.

Некоторые исследователи (А.Н. Тепляшина) пишут, что основным фактором жанрообразования в мультимедийную эпоху служит конвергенция. Но ведь интерактивность с гипертекстом также активно способствует появлению новых жанров. Так что

было бы правильнее считать таким глобальным фактором новые закономерности функционирования интернета в целом.

Разные специалисты дают различные перечни аналитических жанров. Данная проблема рассматривается в монографиях и пособиях М.К. Барманкулова, Д.Г. Бекасова, В.И. Власова, С.М. Гуревича, Б. Дусткораева, Р. Мухаммадиева, А. Нурматова, В.Д. Пельта, Х. Саидова, О. Тогаева, Н. Тошпулатовой, Н. Тухлиевой, М. Хусайнова, В.А. Шандры, Л.Г. Юдкевича и др., а также в статьях В. Алексеева, Л. Левина, Г. Липшица, Ф. Муминова, И. Устименко, А. Халилова В. Черноморского и др.

Обратимся к некоторым из источников. Авторы классического учебного пособия «Теория и практика советской периодической печати» выделяют шесть жанров: корреспонденцию, статью, рецензию, обозрение обзор печати и письмо (13, 256). В хрестоматии «Аналитические жанры газеты» перечислены те же шесть жанров (1, 43). Петербургский ученый В.В. Ворошилов назвал корреспонденцию, статью, рецензию и обозрение в качестве аналитических жанров (3, 68).

С.М. Гуревич выделил диалогические жанры (интервью, диалог и беседу-полилог), ситуативно-аналитические жанры (комментарий, корреспонденцию, статью, обозрение), эпистолярные (письмо и его разновидности) (4, 189).

Профессор Национального университета Узбекистана имени Мирзо Улугбека Я.М. Маматова относит к аналитическим жанрам комментарий, статью (проблемную и тематическую), письмо, обзор прессы, социологическое резюме, рейтинг, рецензию, журналистское расследование, журналистский эксперимент (6, 237).

Много видов аналитических жанров приводит А.А.Тертычный: аналитический отчет, аналитическую корреспонденцию, аналитическое интервью, аналитический опрос, беседу, комментарий, реплику, анкету, социологическое резюме, рейтинг, мониторинг, рецензию, статью, обозрение, обзор СМИ, обзор писем, версию, прогноз, эксперимент, эпистолу, эссе, исповедь, рекомендацию (совет), аналитический пресс-релиз. (12, 204).

Электронный вариант перечня привел В.С. Нам. Он пишет: «Публикации в социальной сети “ВКонтакте” можно условно разделить на две категории: 1) материалы, которые публикуются в сообществах, представленных профессиональными журналистами либо представляющих печатные издания, например, “РИА НОВОСТИ”; 2) материалы, которые публикуют обычные пользователи на своих страницах или в сообществах по интересам.

Так как обычные пользователи не располагают знаниями о традиционной системе аналитических жанров, их публикации с точки зрения жанрообразующих факторов сочетают в себе характерные признаки нескольких аналитических жанров одновременно. Так, например, публикации из сообщества по соционике условно можно отнести к жанру общеисследовательской статьи, так как она рассматривает вопросы психологических аспектов... Встречается в просторах

сети и такой жанр, как рецензия. Довольно часто в таких публикациях использована нецензурная или разговорная лексика... Жанр рекомендации/совета можно повстречать в специализированных сообществах... Публикации, несущие признаки жанра рейтинг, встречаются довольно часто... Жанр аналитической беседы или интервью в основном представлен скопированными материалами из источников профессиональных СМИ, либо представляет собой обычные диалоги или скрины СМС-переписки... В социальной сети «ВКонтакте» часто проводятся опросы на различную тематику, но полноценно отнести их к аналитическому жанру опрос, конечно, нельзя... Практически ни одну публикацию нельзя отнести только к конкретному аналитическому жанру, все материалы сочетают в себе черты нескольких жанров, что отличает их от текстов профессиональных СМИ» (7, 139). Автор во многом прав. Но особенно ценным является его наблюдение о том, что ни одну публикацию нельзя классифицировать как привычный жанр. Это рассуждение показывает, насколько меняется мир каждого жанра, перекочевавшего в интернет.

Рассмотрев данные источники, мы пришли к выводу, что было бы правильным в классическом варианте (именно этого требует научный подход) выделить следующие аналитические жанры: корреспонденцию, статью, рецензию, обзор, обозрение и письмо. Их и следует рассмотреть далее с точки зрения трансформации языка и стиля данных жанров блогерами.

Мы считаем, что очень важно отметить следующую закономерность, характерную для блогеров, большинство которых можно именовать как электронных бесшабашников — главной традицией блогерства является разрушение всяких традиций и установление информационного господства случайности — случайного события, случайно отразившего его блогера, случайной оценки (пусть впоследствии оказавшейся неправильной). Раньше считалось закономерностью то, что повторялось три раза, теперь становится закономерным случайное, то есть то, что было сказано кем-то как-то всего один раз, но быстро повторено десятками различных сайтов-передатчиков. И чем неправдоподобнее, сносшибательнее, желательнее для аудитории новость, тем больше набирается сайтов, желающих продублировать ее. Потому что, на самом деле, дело не в содержании новости — фактически, в реальности нужен высокий рейтинг, т.е. внимание и интерес к сайту, это решающий закон информационной эпохи. Таков главный критерий, все остальное подчиняется этому железному, точнее, алмазно-блестящему закону. Поэтому было бы наивно ждать от блогеров, что они будут придерживаться традиций прежней журналистики.

В завершающей части монографии, названной «Языково-стилистические особенности газетно-журнальных текстов» Я.М. Маматова пишет: «Таким образом, язык и стиль периодической печати обусловлены социальной сущностью самой журналистики. Газетно-публицистический стиль динамично и эффективно взаимодействует с научным, официально-деловым, литературно-

художественными стилями. Вместе с тем в печати Узбекистана наблюдаются две разнонаправленные тенденции:

1) Тенденция к сохранению официального стиля, преимущественно в прессе официальной и партийной;

2) В деловой, информационно-развлекательной периодике предпочтение отдается синтезу различных стилей, что объясняется массовым характером человеческого общения и стремлением прессы работать на эту массовость» (6, 254).

Говоря об объекте нашего исследования более конкретно, мы подходим к интернету как к третьей волне Элвина Тоффлера. Он пишет о том, что каждая очередная волна мощным потоком стирает прежние законы и традиции (13, 36). Добавим от себя, что точно так же преодолеваются и прежние нормы словоупотребления, языка и стиля. Попытки держаться за них оправданы лишь в меру, необходимо учитывать также новые тенденции и научиться работать в новых условиях. В то же время следует признать, что классическое языкознание имеет многовековую, оправдавшую себя историю и методологию, поэтому несомненно, что оно останется законодательной базой словоупотребления и в интернете.

Мы считаем, что в информационной сфере интернет стал важнейшей составной частью третьей волны. Удивительно, но форма стала и более, и менее значимой по сравнению с содержанием. Более потому, что она имеет множество видов и сразу бросается в глаза, но именно в силу обилия видов формы она теряет свое значение для опытного пользователя, который обращает больше внимания на содержание. Другими словами, раньше ценным считалось то, что вполне отвечало литературным нормам. Информационная эпоха преодолела этот стереотип, сейчас больше ценно само сообщение, его суть.

Мы не ставим задачу полного анализа лексических и стилистических ресурсов интернета, наша задача — изучить язык и стиль с точки зрения сетевых жанров. Насколько интернет шире и объемнее медиа, насколько язык и стиль интернета шире и объемнее языка и стиля онлайн-медиа. Следовательно, мы должны различать, во-первых, язык и стиль интернета; во-вторых, язык и стиль традиций медиа в интернете, т.е. электронных версий медиа; в-третьих, язык и стиль собственно медиасообщений. Объектом настоящей статьи являются второе и третье.

Каждый объект, каждый социальный институт неизбежно влияет на используемый в нем язык при помощи своей сущности как социального института. Точно так же происходит и с социальным институтом интернета. Время интернета диктует нормам его языка и стиля несколько иной языково-стилистический и литературный кодекс, а точнее — неписанные правила недостаточно грамотного большинства, диктующего и навязывающего свои условия грамотной части пользователей. Сегодня в данном плане сложилась своя практика, свой набор реального языкового и стилистического поведения пользователей. Другими словами, в использовании языка и стиля пользователи ведут себя гораздо свободнее, чем это было бы приемлемо для нормативного медийного поведения. Между нормативистами

(учёными в области языка и стиля) и между писателями и раньше были противоречия, писатели всегда толковали свои права на пользование языком и стилем шире, чем это предписывали им нормативисты. Творчество нельзя загнать в определённые рамки, даже если это рамки академические. Что касается пользователей, то они часто доводят эту свободу до абсурда, нередко элементарно не зная нормативов.

Вообще-то язык материалов интернета весьма разнообразен, от объявлений и рекламы до художественных романов и научных статей. Но если мы возьмем привычную сферу интернета, сообщения медиа, то можно сказать, что это глобальный и мощный газетно-журнальный языковой ресурс. Обычный язык газеты и журнала, попав в интернет, меняется в сторону краткости и деловитости, в сторону спешности и телеграфного стиля. Краткие хроники более характерны для интернета, чем развернутые сообщения. Внеинтернетный язык СМИ находится часто бывает ближе публицистически-художественному языку. Язык интернет — это язык скоростной, здесь обычно преобладает пословице-поговорочный стиль. И в тоже время он старается быть свободным от нормативов, вплоть до частых их нарушений.

Литературный язык появляется в результате заимствования соответствующего пласта из общенародного, его обработки и стилизации, подгонки под установленные нормативы, чего не скажешь о языке блогеров, которые чувствуют себя весьма свободными в выборе языковых средств. Если для языка художественного произведения характерна эстетическая направленность его лексики и используемых им лексем, то блогерскому языку в интернете свойственна больше информативная и эмоционально-экспрессивная ориентация используемой им лексики. Можно перечислить и то, что пришло в язык интернета в информационную эпоху: 1) экспансия просторечия; 2) жаргонизм; 3) заимствованная лексика; 4) оценочность факта; 5) речевая простота и наивность; 6) речевой экстремизм.

Возможно, не будет преувеличением сказать, что язык и стиль аналитических жанров в интернете испытывают некоторое родовое и роковое предопределение, выражающееся в том, что интернет обречен на неграмотную речь. Людей и событий очень много, грамотность не поспевает за ними. Блогер не владеет языком, но владеет информацией. Это объективная трудность, с которой сталкиваются пользователи сети.

Здесь возникает очень важный вопрос, суть которого заключается в следующем. Можно ли оценивать язык и стиль интернета как один, хотя и существенный, но лишь как один из разделов (частей) газетно-журнального (публицистического) стиля, одного из пяти функциональных стилей, выделенных академиком В.В. Виноградовым? Думаем, что это было бы узко, потому что как сам интернет, как объект, так и его стиль и язык, соответственно, гораздо шире медиа.

В связи с этим мы хотели бы сделать одно принципиальное дополнение. На наш взгляд, к выделенным известным ученым пяти функциональным стилям русского языка следует добавить

шестой, интернетовский. Он заметно отличается от остальных функциональных стилей своей универсальностью, всеобщностью и разностильностью. Возможно, этот шестой стиль будет первый в истории русского языка объектный стиль, т.е. стиль, относящийся к одному конкретному объекту.

Данная мысль подтверждается и следующим наблюдением. Говоря об интернетизации журналистики, один из авторов пишет: «Проведенное нами исследование ставило своей целью определение ключевых факторов, оказавших, по мнению самих журналистов, влияние на профессиональные практики в последние пять лет, в также характер этих перемен. В качестве исследовательского метода было выбрано глубинное полуструктурированное экспертное интервью... Одна из гипотез исследования предполагала, что за прошедшие пять лет профессиональные практики журналистов подверглись существенным изменениям практически на всех этапах деятельности не в последнюю очередь из-за влияния сети Интернет. Подчеркнем, что речь идёт о журналистах традиционных печатных СМИ, потому что в случае Интернет журналистики можно говорить даже о возникновении отдельной области с присущими ей характеристиками. В ходе исследования гипотеза была подтверждена» (5, 65).

Если обратиться к истокам блогерства, то выяснится, что первообраз такого движения бытовал еще несколько веков назад. Как пишет профессор В.В. Тулупов, «"блогеры" и "социальные сети" существовали даже в те времена, которые учёные относят к прото- или пражурналистике. На Руси их называли каликами переходными, за границей — странниками, которые со временем становились профессиональными нувеллистами...» (14, 12).

Условия словопользования и эмоциопользования диктуются спецификой интернет-эпохи, которая в свою очередь является порождением мощной системы новых информационных технологий, когда техника решает многое. Важнейшее феноменологическое качество интернета — это скорость. Все в интернете сегодня предопределяет скорость, этим обусловлены как объем, так и качество материала. Скорость является ключевым условием преобразования всего в интернете: изложения и сопоставления, языка и стиля и т. д. Анонность языка и стиля — прямой результат скорости и объёма. В результате в сети происходит вытеснение художественного, эстетического начала, тщательности, внимательности, перепроверки фактов, т.е. традиционной классики новостного письма. Их место занимают скорость, документальность (в т.ч. аудиовидеоролики), эмоциональность.

Творчество блогеров заставляет нас вернуться еще раз к французскому структурализму, а точнее — к философии неотрейдизма Ж. Лакана, который разъясняет язык как трансцендентальную реальность, которая является как бы вещью в себе и не может быть полноценно проанализирована во всем объеме.

Невозможно отрицать, что каждая историческая эпоха имеет свои чувства и вкус на язык и литературу. Есть немало выражений,

которые в античности почитали как высокий стиль, а сегодня их относят к высокопарному или ироническому стилю. В целом эволюция человеческого сознания и мышления происходит по закону, который академик В.В. Виноградов назвал «приращением смысла». Содержательное наполнение каждого слова увеличивается и усложняется от поколения к поколению, понятие приобретает дополнительные оттенки и оценки, которые обозначаются новыми словами, отпочковавшимися от первого, которое становится главой семейства слов, родовым словом.

Нижеследующее исследование опиралось на десять компетенций, принятых в европейской журналистике. И.П. Вишнякова-Вишневецкая пишет: «Интересные данные по этому вопросу содержатся в материалах исследования, проводившегося Европейской ассоциацией преподавателей журналистики (ЕЈТА) с середины 2000-х до 2011 г. По результатам онлайн-опроса ведущих профессионалов и российских представителей медиаиндустрии, наиболее востребованными в последующие 10 лет оказались три компетенции: выявлять главную информацию; нести ответственность за журналистскую работу; работа в команде» (2, 71).

Именно это и делают блогеры — выявляют информацию. Это не бьющаяся карта. Таким образом, мы видим, поставка новой и оперативной информации во все времена была и остаётся главной задачей форм массовой коммуникации.

Известно, что жанры являются всеобщими формами публицистических произведений, которые в немалой степени предопределяют информационно-творческое поведение автора. Но хорошо, что многие блогеры не знают теории жанров и пишут свободно. Потому что не художественные достоинства и не эстетика текста, а высокая оперативность и авторский образ (последний является одним из основополагающих элементов стиля) становятся превалирующими в массовой сетевой информационной деятельности. Поэтому авторский образ является одним из важнейших качеств сетевой блогерской коммуникации. Блогерский катарсис переживает сегодня все общество, и особенно те, кто верил в непогрешимость традиционной журналистики и литературы. Теперь им приходится очищаться от этих стереотипов при помощи блогерской методологии, а точнее — отказа от всякой методологии преподнесения материала.

О том, какие серьезные преобразования претерпевают в сети жанры, пишет и Е.М. Пак: «Звук, видеосюжет, анимация помогают наглядно фиксировать актуальность события, воздействовать эмоционально и усиливать влияние сообщения. И последнее, видоизменения жанров печати, возможность создавать креолизованные тексты. Дело в том, что в электронной сфере публикация становится многомерной, многоканальной, паралингвистически активной, гипертекстуальной благодаря нелинейному прочтению текста. Гипертекстовая навигация приводит к полижанровости гипертекста, креолизованности, а вербальные и невербальные элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое “функционально целое, нацеленное на



комплексное воздействие на адресата» (8, 115). Это очень важная мысль, считаем мы.

Необходимо высказать свое мнение о таком новом в последнее время понятии, как разрушение текста. Те, кто имеет дело с интернетом, часто слышат о том, что в ходе творчества в виртуальной сети происходит разрушение текста. Так ли это?

Прежде всего, что означает разрушение текста? Об этом говорят часто, в т.ч. в связи с понятием разрушение жанра. Это не одно и то же. Разрушение жанра означает создание новой формы, необычной, может быть, более привлекательной, чем традиционная жанровая форма. Здесь все обстоит значительно проще. Гораздо сложнее с разрушением текста. По нашему мнению, разрушение текста — это нейтрализация его положительного влияния на аудиторию, его ликвидация как ценности. То есть это случай, когда неправильно созданный текст просто не воспринимается читателем, поскольку он деформирует его сознание.

В чем же конкретно может проявиться распад ткани произведения и происходит ли таковой процесс в интернете? Думаем, что да. Разрушение текста происходит тогда, когда за ним стоит ломка мышления, когда после него в результате реакции на подобный текст происходит деградация сознания, например, частое использование мата, потакание низменным инстинктам или склонение к суициду. Но в принципе, произвольное или искаженное изложение и даже пародирование классиков не является разрушением, если оно ведет к новым мыслям и к новому творчеству, пусть и необычному. Что и происходит достаточно часто, например, в постмодернизме.

Некоторые специалисты считают обильные частые употребления разговорного стиля, непривычных жанров и просторечия разрушением текста. С этим можно согласиться только в том случае, если за подобным распадом текстовой ткани произведения стоит разрушение сознания. Так что мы считаем, что разрушением текста является использование бранной лексики и иных ломающих сознание оборотов.

Несомненно, что на формирование типа жанра влияет и аудитория. К сожалению, об этом факторе часто забывается, особенно в странах с регулируемой журналистикой. На разных этапах блогерского движения эффективность его деятельности могут решать самые разные лица, от руководителей журналистики в масштабе страны до отдельных блогеров. Но в конечном счете, в исторической перспективе это может сделать только аудитория, т.е. само «население страны». Аудитория интернета, аудитория отдельного блогера и аудитория отдельного произведения — эти аудитории едины и различны одновременно.

Возникает вопрос, как воспринимает аудитория языковую и стилистическую норму в интернете и отступление от нее. На этот счет не следует заблуждаться — она воспринимает языково-стилистическую (как и жанровую) норму так, как преподносит ей блогер. Новые тенденции только поначалу воспринимаются ею как необычные, уже вскоре они становятся привычными. Метод сообщения и есть метод формирования сознания. Как скажет

блогер, так и поймет аудитория. То есть здесь срабатывает безусловный закон нейролингвистического программирования.

В.В. Смеюха из Южного Федерального университета России обращает внимание на то, что «в интернете увеличилось число женского интерактивного, в том числе в качестве блогеров участия: тематические форумы; кулинарные, рукоделий, спортивные, похудение и др.; психологические тесты, консультации специалистов, дневники, знакомства, фотогалереи, интернет-магазин» (10, 119). Видимо, с этим можно было бы согласиться.

Таким образом, можно сделать следующий вывод. Главные языково-стилистические особенности использования аналитических жанров в интернете заключаются в том, что материалы в этих жанрах излагаются блогерами очень свободно, с внесением в них многоаспектного и многообразного своеобразия. В печати два отчета не похожи, а что говорить о блогерском интернете... Сама трансформация жанров многоаспектна и безгранична. Это обусловлено журналистской техникой и ее многочисленными возможностями, поэтому мы можем говорить об этом только в обобщенной форме. Следует признать и то, что в виртуальных условиях традиционно целостного жанра, единых форм и критериев создания жанровых текстов остаётся очень мало.

#### **Использованная литература**

1. Аналитические жанры газеты. Хрестоматия. — М.: Изд-во МГУ, 1989. — С. 43–233.
2. Вишнякова-Вишневецкая И.П. Ответственная журналистика в современных условиях. //Журналистская профессия в системе цивилизации и культуры в информационном постиндустриальном обществе. Материалы международной научно-практической конференции 19-20 ноября 2012 г. Под редакцией М.Г.Боровик, Г.С.Мельник. — СПб, Институт гуманитарного образования; ООО «Книжный Дом», 2012 г. — 71 с.
3. Ворошилов В.В. Журналистика. Учебник. СПб: Изд-во Михайлова В.А. 1999. — С. 68–70.
4. Гуревич С.М. Номер газеты: вчера, сегодня, завтра. М.: Аспект Пресс, 2004. — С. 189–202.
5. Иванян Р.Г. «Интернетизация» профессиональной деятельности журналистов (на примере социальных журналистов печатных СМИ Санкт-Петербурга). // Журналистская профессия в системе цивилизации и культуры в информационном постиндустриальном обществе. Материалы международной научно-практической конференции 19-20 ноября 2012 г. Под редакцией М.Г.Боровик, Г.С.Мельник. — СПб, институт гуманитарного образования; ООО «Книжный Дом», 2012 г. — 65 с.
6. Маматова Я.М. Современная периодическая печать Узбекистана: система, тематика, тенденции и проблемы функционирования. — Т.: Изд-во НОФУз, 2006. — С. 237–240, 254.

7. Нам В.С. Аналитические жанры в социальных сетях, на примере «ВКонтакте» // *Мировая журналистика: единство многообразия*. Сб. науч. ст. /Отв. ред. Ел.В. Мартыненко. В 2-х тт. Т. 2. — М.: РУДН, 2018. — С. 139–143.
8. Пак Е.М. Блог как мультимедийный тип текста. — URL: [https://docviewer.yandex.uz/view/113000020157009/?page=1&\\*](https://docviewer.yandex.uz/view/113000020157009/?page=1&*)
9. Коммуникация в современном мире. Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации», 12-14 мая 2011 г. Часть 1. Под ред. проф. В.В.Тулупова. — Воронеж: Изд-во Воронежского ун-та, 2011, . — 115 с.
10. Смеюха В.В. Женские интернет-ресурсы: виды, функциональные характеристики // *Коммуникация в современном мире*. Материалы всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации». 12-14 мая 2011 г. Ч.1. Под редакцией проф. В.В. Тулупова. — Воронеж, 2011. — 119 с.
11. Теория и практика советской периодической печати. Уч. пос. /Под ред. В.Д.Пельта. — М.: Высшая школа, 1980. — С. 256–332.
12. Тертычный А.А. Аналитическая журналистика. Уч. пос. — М.: Аспект Пресс, 2010. — С. 204-347 с.
13. Гоффлер Э. Третья волна. Пер. с англ. М.: АСТ: АСТ Москва, 2020. — 36-37 с.
14. Тулупов В.В. Социальные сети и журналистика // *Век информации*. — 2015. — № 4. Санкт-Петербургский государственный университет. Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций». — СПб: СПбГУ, 2015. — С. 11–14.

#### Referenses

1. *Analiticheskie zhanry gazety. Khrestomatiya* (Analytical Genres of the Newspaper. Reader), Moscow: Izd-vo MGU, 1989, pp. 43–233.
2. Vishnyakova-Vishnevetskaya I.P. *Zhurnalistikaya professiya v sisteme tsivilizatsii i kul'tury v informatsionnom postindustrial'nom obshchestve* (The journalistic profession in the system of civilization and culture in the informational post-industrial society), Proceedings of the international scientific and practical conference, November 19-20, 2012, Saint Petersburg, 2012, p. 71.
3. Voroshilov V.V. *Zhurnalistika* (Journalism), SPb: Izd-vo Mikhailova V.A. 1999, pp. 68–70.
4. Gurevich S.M. *Nomer gazety: vchera, segodnya, zavtra* (Newspaper number: yesterday, today, tomorrow), Moscow: Aspekt Press, 2004, pp. 189–202.
5. Ivanyan R.G. *Zhurnalistikaya professiya v sisteme tsivilizatsii i kul'tury v informatsionnom postindustrial'nom obshchestve* (The journalistic profession in the system of civilization and culture in the informational post-industrial society), Proceedings of the international scientific and practical conference, November 19-20, 2012, Saint Petersburg, 2012, p. 65.
6. Mamatova Ya.M. *Sovremennaya periodicheskaya pechat' Uzbekistana: sistema, tematika, tendentsii i problemy funktsionirovaniya* (Modern Periodicals in Uzbekistan: System, Topics,

Trends and Problems of Functioning), Tashkent: Izd-vo NOFUz, 2006, pp. 237–240, 254.

7. Nam V.S. *Mirovaya zhurnalistika: edinstvo mnogoobraziya* (World Journalism: Unity of Diversity), in 2 vol., vol. 2, Moscow: RUDN, 2018, pp. 139–143.

8. Pak E.M. *Blog kak mul'timediyni tip teksta* (Blog as a multimedia type of text), available at: [https://docviewer.yandex.uz/view/1130000020157009/?page=1&\\*](https://docviewer.yandex.uz/view/1130000020157009/?page=1&*)

9. *Kommunikatsiya v sovremennom mire* (Communication in the modern world), Proceedings of the All-Russian Scientific and Practical Conference “Problems of Mass Communication”, May 12-14, 2011, Part 1, Voronezh: Izd-vo Voronezhskogo un-ta, 2011, available at: <http://konferenciya.seluk.ru/9raznoe/1476357-1-kommunikaciya-sovremennom-mire-materiali-vserossiyskoy-nauchno-prakticheskoy-konferencii-problemi-massovoy-kommunikacii.php>

10. Smeyukha V.V. *Kommunikatsiya v sovremennom mire*. (Communication in the modern world), Proceedings of the All-Russian Scientific and Practical Conference “Problems of Mass Communication”, May 12-14, 2011, Part 1, Voronezh: Izd-vo Voronezhskogo un-ta, 2011, available at: <http://konferenciya.seluk.ru/9raznoe/1476357-1-kommunikaciya-sovremennom-mire-materiali-vserossiyskoy-nauchno-prakticheskoy-konferencii-problemi-massovoy-kommunikacii.php>

11. *Teoriya i praktika sovetskoi periodicheskoi pechati* (Theory and Practice of the Soviet Periodicals), Moscow: Vysshaya shkola, 1980, pp. 256–332.

12. Tertychnyi A.A. *Analiticheskaya zhurnalistika* (Analytical journalism), Moscow: Aspekt Press, 2010, pp. 204-347.

13. Toffler E. *Tret'ya volna* (Third wave), Moscow, 2020, pp. 36-37.

14. Tulupov V.V. *Vek informatsii*, 2015, No. 4, Saint-Petersburg: SPbGU, 2015, pp. 11-14.