

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.6.78>

Кислицына Наталья Николаевна, Чернявская Олеся Григорьевна

**КОМПОЗИЦИОННЫЕ, СТИЛИСТИЧЕСКИЕ И ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ БЛОГОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ)**

В статье рассматриваются дискурсивные характеристики, структура предоставления информации, а также особая прагматическая направленность профессионального блога, являющегося особой виртуальной оболочкой, предоставляющей возможности индивиду для самовыражения и взаимодействия с социумом. Материалом исследования послужили профессиональные блоги, возникшие в американской блогосфере. Проводится анализ средств общения, которые представляют собой инструмент для достижения коммуникативных целей автора блога, выявляются особенности и закономерности электронной коммуникации в блогосфере на композиционном, стилистическом и лексическом уровнях.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2019/6/78.html](http://www.gramota.net/materials/2/2019/6/78.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 6. С. 368-373. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2019/6/](http://www.gramota.net/materials/2/2019/6/)

© **Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

## TEXT INTERPRETATION ON THE BASIS OF "ISOTOPY" CONCEPT

Voskoboinikova Lyudmila Petrovna, Ph. D. in Philology  
Linguistics University of Nizhny Novgorod  
vosklud@yandex.ru

The article is devoted to studying one of the basic concepts of modern semantics – isotopy. This concept allows deep semantic interpretation of a text taking into account all the intratextual relations of semantic components. The author examines the “isotopy” concept, compares the related terms, suggests an isotopy typology according to certain criteria, provides a semantic analysis of some fiction texts from the viewpoint of interaction of the texts’ isotopies with a view to identify the mentioned concept’s role in the process of interpretation.

*Key words and phrases:* isotopy; semantic coherence; semantic integrity of text; seme analysis; sememe; interpretation.

УДК 81'2

Дата поступления рукописи: 28.03.2019

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.6.78>

*В статье рассматриваются дискурсивные характеристики, структура предоставления информации, а также особая прагматическая направленность профессионального блога, являющегося особой виртуальной оболочкой, предоставляющей возможности индивиду для самовыражения и взаимодействия с социумом. Материалом исследования послужили профессиональные блоги, возникшие в американской блогосфере. Проводится анализ средств общения, которые представляют собой инструмент для достижения коммуникативных целей автора блога, выявляются особенности и закономерности электронной коммуникации в блогосфере на композиционном, стилистическом и лексическом уровнях.*

*Ключевые слова и фразы:* виртуальная межличностная коммуникация; блогосфера; профессиональный блог; гипержанр «блог»; тип блога.

**Кислицына Наталья Николаевна**, к. филол. н., доцент

**Чернявская Олеся Григорьевна**

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, г. Симферополь  
nkislitsyn@rambler.ru; olesyablack@list.ru

**КОМПОЗИЦИОННЫЕ, СТИЛИСТИЧЕСКИЕ  
И ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ  
(НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ БЛОГОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ)**

Блогосфера представляет собой новую стремительно развивающуюся область виртуальной межличностной коммуникации, которая становится одним из инструментов социального воздействия благодаря оперативности и личностному подходу к предоставлению информации. Ден Гиллмор в книге «Мы – медиа» отмечает, что блогосфера оказывает более значительное влияние на общество по сравнению с традиционными медиа из-за того, что аудитория проявляет большее доверие к личности блогера, чем к личности журналиста [18]. Популярность и аудитория блогов постоянно растут. В США в 2018 году насчитывалось более 30 миллионов активных блогеров. Формат блога является особой виртуальной оболочкой, предоставляющей возможности индивиду для самовыражения и взаимодействия с социумом. Этой оболочке свойственны определенные дискурсивные характеристики и структура предоставления информации, а также особая прагматическая направленность. В современной лингвистике блогосфера изучается с различных сторон: исследуется роль языковой личности в блогосфере, рассматривается гендерная идентичность автора и комментатора блогов, изучаются особенности пунктуации, лингвокультурологические, когнитивные и жанровые характеристики блогов, анализируются социолингвистические аспекты блог-коммуникации. Однако, несмотря на активную разработку перечисленных выше направлений, целостный анализ лингвокогнитивных особенностей профессионального общения в блогосфере пока не проводился.

**Актуальность** данного исследования обусловлена необходимостью научного осмысления вопросов, связанных с выделением профессиональной коммуникации в особый вид блог-коммуникации, определения ее целей, задач, структуры и особенностей языкового оформления. Под блогосферой в нашем исследовании понимается электронный коммуникативный гипержанр, обладающий развернутой системой жанров [2; 10; 12; 14; 16]. Под блогом мы понимаем персональный или коллективный интернет-дневник, посвященный одной или нескольким темам, публикуемый на веб-странице в хронологическом порядке [3; 5; 13; 19]. Под блогом профессиональной направленности в данной работе понимается особый формат интернет-коммуникации, в рамках которого авторы блогов рассматривают профессиональные вопросы, анализируют новости в профессиональной сфере, делятся профессиональным опытом и дают советы своим читателям. В данной работе нами рассматривается коммуникативное пространство блогов профессиональной направленности в их композиционном, стилистическом и лексическом аспектах. **Целью** работы является анализ средств общения в блогах профессиональной направленности, которые представляют собой инструмент для достижения коммуникативных целей автора блога. Поставленная цель предполагает решение следующих **задач**: 1) охарактеризовать блог профессиональной направленности как особый жанр блог-коммуникации; 2) проанализировать специфические

композиционные, функционально-стилистические и лексические особенности блогов профессиональной направленности; 3) выявить основные целевые установки блогов профессиональной направленности. Объектом исследования выступают блоги профессиональной направленности, а предметом исследования послужили особенности электронной коммуникации в блогосфере на композиционном, стилистическом и лексическом уровнях. Материалом исследования стал корпус блогов профессиональной направленности американского сектора сети Интернет. Методом случайной выборки были отобраны 17 блогов профессиональной направленности, посвященных вопросам бухгалтерского учета, программирования, медицины, предпринимательства, маркетинга, подбора персонала, ландшафтного дизайна и юриспруденции. Корпус текстовых блогов насчитывает 124 статьи, средний объем каждой статьи составляет 450-550 слов. **Научная новизна** исследования заключается в том, что впервые проводится лингвокогнитивный анализ профессиональной коммуникации в блогосфере. Рассматриваются целевые установки, композиционная организация, стилистические и лексические особенности блогов профессиональной направленности на английском языке (американский вариант).

В основу исследования положена **гипотеза**, согласно которой специфика используемых элементов, средств построения текста и речевых стратегий в блог-коммуникации профессиональной направленности обусловлена профессиональной компетенцией автора блога и его коммуникативными целями.

Блогосфера как новая специфическая среда массовой коммуникации выделяется в особый тип дискурса – блог-дискурс, который представляет собой дискурсообразующий гипержанр, объединяющий различные форматы и обладающий всеми жанрообразующими признаками: языковыми особенностями, композицией, стилем и функциональной направленностью. Гипержанр «блог» является одним из жанров межличностной коммуникации среди таких жанров, как чат, форум, электронная почта и гостевые книги [1; 10]. Данный жанр не существовал ранее и был создан в процессе виртуальной коммуникации. Е. И. Горошко отмечает, что блог представляет собой асинхронный жанр интернет-коммуникации, который предполагает периодические записи (посты), расположенные в обратном хронологическом порядке и предоставляющие читателям возможность оставлять свои комментарии к публикациям автора [6]. В основу формирования блога легла модель классического дневника, под которым мы понимаем записки личного характера, ведущиеся изо дня в день [15]. Основными характеристиками гипержанра «блог» являются: авторская самопрезентация, то есть выражение личного отношения к определенным проблемам, систематичность публикаций сообщений (постов) и свободная стилистическая форма текста.

Особое место среди признаков гипержанра «блог» занимает его дискуссионность. Автор блога приглашает свою аудиторию к диалогу. Обратная связь с автором является важной целью создания блога [13, с. 51]. Среди целевых установок блога выделяются самопрезентация, оперативное распространение информации и привлечение внимания к значимым проблемам общества [9]. Среди основных функций блога выделяются коммуникативная, информационная, развлекательная, маркетинговая (продвижение товаров и услуг), обучающая и самопрезентативная функции. Такие исследователи жанра «блог», как Е. И. Горошко [6], В. Л. Волохонский [4] и П. В. Морослин [12], считают, что первичной и основной функцией блога является коммуникативная функция. М. М. Панюшева также подчеркивает, что основной социальной функцией блогов является удовлетворение человеческой потребности в самовыражении и коммуникации [14, с. 121]. Исследователи блогосферы часто сравнивают блоги с традиционными дневниками, но главным отличием блога от дневника в его классическом понимании является то, что он помещается в открытое пространство Интернета и становится доступным для ограниченной или неограниченной аудитории.

Как отмечалось ранее, гипержанр «блог» имеет разветвленную систему жанровых разновидностей, которая находится в процессе постоянного развития и трансформации [10, с. 11]. Для того чтобы выделить и охарактеризовать жанр «блог» профессиональной направленности и рассмотреть его композиционные, стилистические и лексические особенности, необходимо в первую очередь определить основные различия между типами блогов и классифицировать их по содержанию, стилю и взаимоотношениям автора и читателей. До сих пор не выработана единая классификация блогов. Существуют многочисленные лингвистические типологии блогов, основанные на различных характеристиках.

Принимая за основной критерий для выделения типов блога авторство, возможно выделить следующие три типа блогов:

- традиционный блог, который представляет собой текст с размещением мультимедиа и гипертекстовых ссылок и имеющий одного автора;
- коллективный блог, записи в котором делает коллектив авторов;
- корпоративный блог, целями которого являются повышение имиджа организации, привлечение новых клиентов и улучшение отношений между сотрудниками.

Блог профессиональной направленности может быть как личным, так и коллективным или корпоративным.

Избирая в качестве критерия типологической характеристики блога его целевую установку, возможно выделить следующие типы: личный блог, тематический блог, бизнес-блог, общетематический блог и специализированный блог. По цели создания блог профессиональной направленности принадлежит к категории тематических и специализированных блогов. По типу контента выделяются текстовый блог, видеоблог (влог), фотоблог, подкаст, тайпкаст и толг. Текстовый блог содержит только текстовые файлы, а видеоблог содержит видео-контент. Фотоблог содержит фотофайлы, сопровождающиеся текстовой информацией, которая представляет собой заголовки и небольшие комментарии к фотографиям. Подкаст-блог содержит регулярно обновляемые аудиофайлы. Среди редких видов блога выделяется тайпкаст, который представляет отпечатанный на печатной машинке текст в виде фотофайла. Тлоги – блоги, содержащие разные типы контента, однако в одной публикации возможно использовать только определенный формат.

Одной из самых популярных лингвистических классификаций блогов является классификация Сьюзан Херринг. По ее мнению, блоги можно условно разделить на фильтры, которые основаны на интересах или взглядах автора, журналы знаний, в которых представлены информационные блоки и комментарии к ним, а также персональные журналы [19]. Похожей точки зрения придерживаются Скотт Ноусон, который подразделяет блоги на новостные блоги, блоги-комментарии и блоги-журналы [37], а также Ребекка Блад, выделяющая три типа блогов, исходя из их содержательного наполнения: блоги-фильтры, описывающие события в мире и Интернете, персональные журналы, отражающие мысли и переживания автора, и дневники, сочетающие в себе характеристики предыдущих видов блогов [17]. В свою очередь, Е. И. Горшкова подразделяет все блоги на профессиональные и непрофессиональные. Автор отмечает, что, несмотря на то, что доля непрофессиональных блогов в блогосфере меньше, посты авторов-непрофессионалов больше по объему и характеризуются информационной насыщенностью [7, с. 9]. Н. Н. Казанова предлагает выделить в отдельную категорию блоги, посвященные досугу и интересам автора; блоги, отражающее творчество автора; журналистские блоги; личные блоги, отражающие эмоции и переживания автора; туристические блоги и профессиональные блоги, посвященные профессиональной деятельности автора блога [8].

Анализ различных типологических классификаций блогов, приведенных выше, позволяет сделать вывод о том, что важнейшим критерием при исследовании блогов в лингвистическом аспекте является их содержательная сторона. Основываясь на проведенном анализе американской блогосферы с привлечением метода статистического анализа, мы выделили такие типы блогов, как личные блоги, блоги путешественников, спортивные и фитнес-блоги, блоги о жизни, блоги об увлечениях, финансовые блоги, деловые блоги, новостные блоги, политические блоги и блоги профессиональной направленности.

Рассмотрим **композиционные** особенности блога профессиональной направленности. Анализ эмпирического материала показал, что композиционная структура (КС) блогов профессиональной направленности подобна КС традиционных блогов и включает в себя: поле для постов, комментарии, поле для ключевых слов, поле с кнопками для публикации поста в своих социальных сетях. Мультимедийность блогов проявляется в размещении сопровождающих фото-, видео- и аудиоматериалов. Структурные элементы блога подразделяются на средства самоидентификации и средства самопрезентации [7, с. 9]. Средством самоидентификации блогера является название блога.

Названия проанализированных нами блогов можно условно разделить на несколько категорий:

1. Названия, содержащие имя блогера и сферу его интересов: *“Meghan in medicine”* [32]. / *«Меган в медицине»* (здесь и далее перевод авторов статьи. – Н. К., О. Ч.); *“Patient safety blog – Lubin&Meyer”* [35]. / *«Блог о безопасности пациента – Лубин и Мейер»*; *“David Walsh Blog-JavaScript Consultant”* [26]. / *«Блог Дэвида Уолша – консультанта джаваскрипт»*.

2. Названия, отражающие целевую направленность блога: *“Divorceinfo. Helping real people move through divorce”* [20]. / *«Divorceinfo. Помогаем реальным людям пройти процедуру развода»*; *“Effortless HR blog”* [27]. / *«Подбор кадров без усилий»*.

3. Метафорические названия, отражающие целевую направленность блога: *“Fistful of talent: opinion from the words of HR”* [28]. / *«Горсть таланта: мнения специалистов по подбору персонала»*; *“Both sides of the table: entrepreneurship”* [24]. / *«Обе стороны стола: предпринимательство»*.

К невербальным средствам самоидентификации блогера относятся визуальные средства. В структуре 14-ти из 17-ти анализируемых американских блогов использована фотография автора в профиле. Анализ также выявил использование заголовков ко всем постам, в отличие от других жанров блог-дискурса, где публикации могут не содержать заголовков. Заголовки постов отражают тенденции для заголовков СМИ. Для привлечения аудитории читателей блогеры пользуются различными тактиками. Анализ показал широкое распространение постов-списков. В названиях таких постов присутствуют слова *tips* (*полезные советы*), *simple* (*простой*), *about* (*о*), которые направлены на привлечение внимания читателя и подчеркивают ценность предоставляемой информации:

*“101 ideas to make extra money”* [25]. / *«101 идея, как подзаработать»*.

*“Tips for the Second Time Applicant – From a Second Time Applicant”* [36]. / *«Полезные советы для соискателя, обращающегося повторно – от соискателя, обращающегося повторно»*.

*“List of strengths and weaknesses: What to say in your interview”* [24]. / *«Список преимуществ и недостатков: Что говорить на вашем собеседовании»*.

*“Top 5 Reasons NOT to Become a Physician Assistant”* [34]. / *«Пять главных причин НЕ становиться фельдшером»*.

Проведенный анализ выявил использование заголовков, в которых автор обращается лично к читателю, и заголовков-вопросов к читателю:

*“Did you know that the United States currently has the highest rate of women who die during childbirth in the developed world?”* [35]. / *«Знали ли вы, что в настоящее время в США самый высокий уровень смертности рожениц среди всех развитых стран?»*.

*“Google For Jobs: Is Indeed Dead Yet?”* [29]. / *«Гугл для работы: в самом деле уже умер?»*.

*“What should I do if a collection lawyer is sending me collection notices at work?”* [31]. / *«Что мне делать, если адвокат по взиманию долгов отправляет уведомление о взимании долгов на работу?»*.

Анализ эмпирического материала показал, что заголовки постов могут быть эмоционально окрашены. Емкие эмоциональные заголовки, содержащие значительное количество экспрессивных средств и стилистических приемов, используются для привлечения внимания читателей:

*“Please Bear With Me...”* [22]. / *«Пожалуйста, подождите минутку»*.

*“If you're going to fail, fail quickly”* [32]. / *«Если вы собираетесь потерпеть неудачу, делайте это быстро»*.

Текст поста профессиональной направленности обычно разделен на несколько частей. Авторы используют подзаголовки для облегчения восприятия информации читателями. Для привлечения внимания читателя также используются графоны: выделение подзаголовков жирным шрифтом или курсивом, визуальные образы. Имя автора поста указывается только в том случае, если блог коллективный. В блогах профессиональной направленности, в отличие от других типов блога, авторы указывают свои реальные имена и практически не используют никнеймы, таким образом подчеркивая свою профессиональную компетенцию, а также желая нести ответственность за свои рекомендации и советы. Также под каждым постом указана дата публикации. Как отмечает Е. И. Горшкова, дата публикации является своеобразным дейктическим центром сообщения. Читатель пишет комментарий, ориентируясь на дату [7, с. 9]. Под постом обычно присутствуют ссылки на социальные сети для того, чтобы читатель мог порекомендовать прочитанный пост своим друзьям.

**“Don't forget to share this post!”** [24]. / *«Не забудьте поделиться этим постом!»*.

**“Share this: ...”** [28]. / *«Поделитесь этим: ...»*.

Статистический анализ показал, что в 55% из проанализированных блогов используется список ключевых слов, облегчающий поиск информации на интересующую читателя тему: «...ключевые слова в дискурсе являются основным материалом, благодаря которому мы определяем стиль, тематику дискурса и проводим всесторонний анализ» [11, с. 189]. Комментарии к посту обычно состоят из имени комментатора, даты и времени отправки комментария и самого комментария. 70% проанализированных комментариев содержат благодарность за предоставленную информацию и вопросы для дальнейшего обсуждения. Для удобной навигации читателя также могут присутствовать дополнительные поля с архивами записей или списком самых популярных ключевых слов. Автор может использовать блок со ссылками на связанные с тематикой поста материалы (ссылки могут быть как внешними, так и внутренними).

**Стилистические** особенности блога профессиональной направленности включают использование публицистического и разговорного функциональных стилей, а также экспрессивных средств и приемов. В данной статье мы ограничимся функционально-стилистической характеристикой, оставив экспрессивные средства для последующих изысканий. Наблюдения над содержанием блога показывают, что элементы заранее продуманного текста сочетаются с элементами письменной реализации устной речи. Также присутствуют элементы научного стиля, например, приводятся статистические данные:

**“In 1972, five years after the inaugural class of PAs graduated, 19.9% of PA students were women; in 1976, 32.8% were women; and by 1982, the distribution of graduates was nearly equal”** [36]. / *«В 1972 году, через пять лет после начала учебы, 19,9% всех будущих фельдшеров были женского пола, в 1976 году 32,8% студентов были женского пола; к 1982 году соотношение мужского и женского пола было примерно одинаковым»*.

**“In 2018, 61% of professionals stated that generating traffic and leads was their top marketing challenge”** [30]. / *«В 2018 году 61% профессионалов утверждали, что увеличение трафика и сбор контактов потенциальных клиентов является приоритетной маркетинговой задачей»*.

Так как основной целью блогера является успешное взаимодействие с аудиторией, то и речевые приемы, используемые в блоге, нацелены на достижение данной цели. Авторы используют прием прямой адресованности:

• **“Debt collector on your credit report – dispute with the collector or with credit bureau?”** [23]. / *«В отчете о кредитоспособности есть информация об агенте по взысканию долгов – разногласия с агентом или с кредитным бюро?»*.

**“If you've ever been asked the question ‘What are your strengths and weaknesses?’ in a job interview, you probably immediately noticed your heart racing. How do I say what I'm not good at without looking terrible and say what I am good at without bragging? Yep, this is a toughie”** [24]. / *«Если вам когда-либо задавали вопрос “Какие у вас достоинства и недостатки?” во время собеседования, вы, возможно, сразу заметили, что ваше сердце начинает учащенно биться...»*.

**“Why you need a small business debt collection”** [21]. / *«Почему вам требуется взыскание долгов с малого бизнеса»*.

Для успешной коммуникации с читателем автор блога также использует повелительное наклонение:

1. **“Chill Out: It Really Doesn't Matter Where Your Kids Go to College...”** [29]. / *«Расслабьтесь: на самом деле неважно, где находится колледж, в который ходят ваши дети»*.

2. **“Know Your Industry Before You Start Your Business”** [31]. / *«Узнайте свою отрасль до того, как вы начнете свой бизнес»*.

• **“Play It Safe – Set Aside the Default”** [23]. / *«Не рискуйте – подайте ходатайство об отмене ранее принятого судебного решения»*.

1. Авторы блога профессиональной направленности обычно приветствуют читателей в начале текста поста:

2. **“Hey, we have a new thing for you today!”** [30]. / *«Привет! У нас сегодня есть для вас кое-что новенькое!»*.

3. В конце поста автор интересуется, был ли полезен материал:

**“Was this article helpful?”** [35]. / *«Была ли вам полезна эта статья?»*.

Личностное начало блога проявляется в приведении примеров из собственной жизни:

**“The business my mother taught me when I was a child, sitting on her bed watching TV on silent as she called a pile of resumes, trying to find candidates for openings she was working on. She made every position seem like an opportunity the person could not live without. I didn't know I'd fall in love with recruiting”** [33]. / *«Мама научила меня этому, когда я был еще ребенком. Я сидел на ее кровати, смотрел телевизор без звука, а она раскладывала кипе резюме, стараясь найти кандидатов для вакансий, над которыми она работала. Она старалась, чтобы каждая вакансия казалась именно такой возможностью для человека, без которой он не мог бы жить. Я еще не знал, что уже влюбился в сферу набора сотрудников»*.

*“I remember my painting professor in college wore a t-shirt that said «Art is dead»” [26]. / «Я помню, как мой преподаватель живописи в колледже носил футболку, на которой было написано “Искусство умерло”».*

Выбор лексических средств напрямую зависит от тематики блога. Анализ эмпирического материала показал, что в языке блогов профессиональной направленности используется профессиональная терминология и профессиональный жаргон в сочетании с разговорной лексикой. Приведем некоторые примеры использования терминологии: медицинские термины встречаются в блоге, посвященном вопросам защиты прав пациента: *sepsis (сепсис)*, *urinary tract infection (инфекция мочевых путей)*, *some types of Streptococcus (некоторые виды стрептококка)*. В блоге, освещающем вопросы программирования, встречается профессиональная лексика программистов: *Flexbox (флексбокс)*, *pixel (пиксель)*, *JavaScript (Джаваскрипт)*, *debugging (отладка программы)*; используются аббревиатуры, характерные для профессиональных сфер коммуникации: *MVP (minimum viable product) (приложение с минимальной функциональностью)*; *GTCA (Georgia Tort Claims Act) (Закон о нарушениях законных прав федеральными органами штата Джорджия)*.

В отличие от учебников и пособий соответствующей специализации, блоги профессиональной направленности характеризуются наличием просторечных слов, что ассимилирует их функциональный стиль с разговорным: *awesome step (классный шаг)*; *pretty darn important (чертовски важно)*. Использование профессиональной терминологии в сочетании с разговорной лексикой свидетельствует о преимущественно неформальном характере блогов профессиональной направленности и об их нацеленности на широкий круг читателей, желание автора установить доверительные отношения со своими подписчиками.

Таким образом, в процессе исследования было установлено, что блоги профессиональной направленности представляют собой особую категорию блогов, в которой авторы рассказывают о своей профессиональной деятельности, делятся опытом, дают советы своей целевой аудитории. Данный вид блогов характеризуется высокой информативностью и структурированностью. Популярность блогов профессиональной направленности, как и популярность блогов в целом, обусловлена доступностью информации, особым интересом общества к личностно-ориентированным источникам информации, отсутствием границ и социальных групп для блогосферы. Основной целевой установкой блогов профессиональной направленности является предоставление актуальной и познавательной информации. Выбор языковых средств авторов блогов профессиональной направленности обусловлен информационной и самопрезентационной целями автора блога. Композиционная организация блога отличается четкой структурированностью информации. Стилистические особенности блога профессиональной направленности обусловлены интегрированием публицистического и разговорного стилей. На лексическом уровне в текстах блогов профессиональной направленности присутствуют как профессиональная терминология, аббревиатуры, характерные для узкоспециализированных текстов, так и разговорные выражения.

#### Список источников

1. Алексеева А. О. Новые интерактивные медиа в контексте теорий информационного общества: автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 2006. 26 с.
2. Баженова Е. А., Иванова И. А. Блог как интернет-жанр // Вестник Пермского университета. 2012. Вып. 4 (20). С. 125-131.
3. Бойченко Т. В. Гендерная составляющая блог-коммуникации: на материале личных автономных блогов: дисс. ... к. филол. н. Майкоп, 2013. 196 с.
4. Волохонский В. Л. Психологические механизмы и основания классификации блогов // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность / под ред. В. Л. Волохонского, Ю. Е. Зайцевой, М. М. Соколова. СПб.: Издательство СПбГУ, 2006. С. 118-131.
5. Гермашева Т. М. Языковая личность субъекта блог-дискурса: лингвокогнитивный аспект: автореф. дисс. ... к. филол. н. Нальчик, 2011. 22 с.
6. Горошко Е. И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии // Жанры речи: сб. науч. ст. Саратов: Наука, 2009. Вып. 6. Жанр и язык. С. 11-127.
7. Горшкова Е. И. Блог как вид интернет-коммуникации: автореф. дисс. ... к. филол. н. СПб., 2013. 23 с.
8. Казнова Н. Н. Трансформация языковой личности в интернет-коммуникации (на примере французской блогосферы): автореф. дисс. ... к. филол. н. Пермь, 2011. 24 с.
9. Калашникова А. А. Языковая личность в русскоязычном блоге: когнитивно-прагматический аспект: автореф. дисс. ... к. филол. н. Ростов-на-Дону, 2011. 19 с.
10. Калинин Е. И. Системно-структурное моделирование виртуального пространства гипержанра «дневник»: автореф. дисс. ... к. филол. н. Новокузнецк, 2012. 24 с.
11. Кислицына Н. Н., Герман К. Д. Значимость ключевых слов в аспекте изучения дискурса // Переводческий курс: междисциплинарный подход: материалы I Всероссийской научно-практической конференции (г. Симферополь, 27-29 апреля 2017 г.) / гл. ред. М. В. Норец. Симферополь: ИТ АРИАЛ, 2017. С. 186-190.
12. Морослин П. В. Лингвокультурологические основы теории функционирования Рунета в пространстве межкультурной коммуникации: дисс. ... д. филол. н. М., 2010. 339 с.
13. Новикова Е. Г. Языковые особенности организации текстов классического и сетевого дневников: дисс. ... к. филол. н. Ставрополь, 2005. 225 с.
14. Панюшева М. М. Блогосфера: традиционные СМИ vs нетрадиционные // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. № 4. С. 106-122.
15. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]: в 4-х т. / под ред. Д. Н. Ушакова. URL: <http://feb-web.ru/feb/ushakov/ush-abc/0ush.htm> (дата обращения: 11.03.2013).
16. Щипицина Л. Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: лингвистический аспект анализа: монография. М.: Красанд, 2010. 296 с.
17. Blood R. Weblogs: A History and Perspective [Электронный ресурс]. URL: [http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html) (дата обращения: 17.03.2019).

18. Gilmor D. We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People [Электронный ресурс]. URL: [http://library.uniteddiversity.coop/Media\\_and\\_Free\\_Culture/We\\_the\\_Media.pdf](http://library.uniteddiversity.coop/Media_and_Free_Culture/We_the_Media.pdf) (дата обращения: 17.03.2019).
19. Herring S. C. Bridging the gap: A genre analysis of weblogs [Электронный ресурс]. URL: <https://www.csus.edu/indiv/stoner/genreanalysisofweblogs.pdf> (дата обращения: 17.03.2019).
20. <http://divorceinfo.com/> (дата обращения: 11.03.2019).
21. <http://mchugheslaw.com/> (дата обращения: 14.03.2019).
22. <http://willhaun.com/> (дата обращения: 05.03.2019).
23. <https://alabamaconsumerlawblog.com/> (дата обращения: 16.03.2019).
24. <https://bothsidesofthetable.com/> (дата обращения: 19.03.2019).
25. <https://breakingtheonepercent.com/> (дата обращения: 19.03.2019).
26. <https://davidwalsh.name/> (дата обращения: 05.03.2019).
27. <https://effortlesshr.com/blog/> (дата обращения: 13.03.2019).
28. <https://fistfuloftalent.com/> (дата обращения: 14.03.2019).
29. <https://hrcapitalist.com/> (дата обращения: 01.03.2019).
30. <https://hubspot.com/> (дата обращения: 01.03.2019).
31. <https://linkilaw.com/blog/> (дата обращения: 03.03.2019).
32. <https://monster.com/> (дата обращения: 02.03.2019).
33. <https://reddit.com/> (дата обращения: 11.03.2019).
34. <https://thepalife.com/> (дата обращения: 01.03.2019).
35. <https://thepatientsafetyblog.org/2014/12/> (дата обращения: 02.03.2019).
36. <https://www.meghaninmedicine.net/blog> (дата обращения: 09.03.2019).
37. Nowson S. The language of weblogs: A study of genre and individual differences: PhD Thesis. Edinburgh, 2006. 279 p.

**COMPOSITIONAL, STYLISTIC AND LEXICAL PECULIARITIES OF INTERNET COMMUNICATION  
(BY THE MATERIAL OF THE ENGLISH PROFESSIONALLY ORIENTED BLOGS)**

**Kislitsyna Natal'ya Nikolaevna**, Ph. D. in Philology, Associate Professor  
**Chernyavskaya Olesya Grigor'evna**

*V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol*  
*nkislitsyn@rambler.ru; olesyablack@list.ru*

The article considers the discursive characteristics, structure and special pragmatic orientation of a professional blog, which is a special virtual framework providing an individual with the possibility for self-expression and interaction with the society. Professional blogs of the American blogosphere served as the research material. The study focuses on communicative means, which are tools to achieve the author's communicative goals. The paper identifies the peculiarities and principles of electronic communication in blogosphere at compositional, stylistic and lexical levels.

*Key words and phrases:* virtual interpersonal communication; blogosphere; professional blog; blog hyper-genre; blog type.

УДК 81-25

Дата поступления рукописи: 26.02.2019

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.6.79>

*В статье выявлены особенности современного парламентского дискурса Чешской Республики. Исследование построено на анализе особенностей стиля обсуждения чешских парламентариев и стратегий аргументации в дебатах, речах и обращениях к правительству. В результате анализа отмечается, что современный чешский парламентский дискурс основан на вежливости, аргументированности, которые проявляются в институционализированной коммуникации парламента. Изучение эмпирического материала свидетельствует, что уровень подготовленности чешских политиков выше в речах, чем в дискуссиях, которые вместе с тем демонстрируют более глубокую выразительность языка, основанную на использовании разговорных выражений и изобразительно-выразительных возможностей чешского языка.*

*Ключевые слова и фразы:* дебаты; речи; парламентский дискурс; метадискурс; стратегии аргументации.

**Нейман Валентина Николаевна**

*Ханты-Мансийская государственная медицинская академия  
Югорский государственный университет, г. Ханты-Мансийск  
v-tiunova@list.ru*

**Выхрыстюк Маргарита Степановна**, д. филол. н., профессор

*Тюменский государственный университет  
Югорский государственный университет, г. Ханты-Мансийск  
margaritavv@mail.ru*

**ПАРЛАМЕНТСКИЙ ДИСКУРС  
В СОВРЕМЕННОМ ЧЕШСКОМ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

Парламент – это демократически избранное, представительное политическое собрание, выполняющее две важные функции: проведение открытых политических дебатов в отношении государственного законодательства,