

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов»

На правах рукописи

Курманова Данара Бауржановна

**РОЛЬ БЛОГОСФЕРЫ В ФОРМИРОВАНИИ
МЕДИАРЕАЛЬНОСТИ ЗАКАВКАЗЬЯ
(НА ПРИМЕРЕ АРМЕНИИ И ГРУЗИИ)**

Специальность 10.01.10 – журналистика

Диссертация

на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:
кандидат филологических наук, доцент
Базанова Анна Евгеньевна

Москва – 2021

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	4
Глава 1. Развитие блогосферы Грузии и Армении в 2000-2020 гг.	19
1.1. Влияние различных аспектов медиаконвергенции на блогосферу Грузии и Армении.....	19
1.2. Основы социально-правового регулирования блогосферы в Грузии и Армении	30
1.3. Роль блогосферы Армении и Грузии в формировании медиакультуры Закавказья	43
<i>Выводы по первой главе:</i>	53
Глава 2. Сравнительный анализ современного состояния политического блогинга в Армении и Грузии	55
2.1. Персонификация как инструмент продвижения политического блогинга (на примере блогов политиков Грузии и Армении)	55
2.2. Влияние национально-культурных детерминант на персонификацию и языковую личность в политическом блогинге	63
2.3. Методология анализа речевых портретов политиков Армении и Грузии.....	75
2.4. Речевые портреты грузинских политиков в блогосфере и их влияние на медиареальность.....	81
2.5. Речевые портреты армянских политиков в блогосфере и их влияние на медиареальность.....	96
<i>Выводы по второй главе:</i>	112
Глава 3. Трансформация жанров блогинга Армении и Грузии	114
3.1. Конвергенция жанров медиатекстов в блогосфере Армении и Грузии.....	114

3.2. Влияние сторителлинга на медиареальность Закавказья	126
3.3. Влияние когнитивно-тезаурусного уровня языковой личности на построение нарративов в блогосферах Армении и Грузии	139
<i>Выводы по третьей главе:</i>	157
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	159
Список использованной литературы	164
ПРИЛОЖЕНИЯ	186

ВВЕДЕНИЕ

Стремительное развитие интернета, в частности, социальных сетей, повлекло за собой существенные изменения журналистики и медиарынка. Трансформировались все области передачи массовой информации: снижение читательского интереса к печатным СМИ привело к мультимедиатизации прессы, переходу информации в цифровую форму, появлению как онлайн-версий печатных СМИ, так и независимых новых интернет-изданий, или, как их называют, новых медиа. Гибридизацию в условиях интернета переживают радио и телевидение: многие радиостанции можно слушать онлайн, а телеканалы не просто выкладывают программы на YouTube, но и создают отдельный, уникальный контент для интернет-аудитории. Благодаря развитию социальных сетей СМИ стали более динамичными, оперативными и интерактивными, а рост числа интернет-пользователей и возможность не только потреблять контент, но и самостоятельно создавать его, привели к возникновению нового информационного пространства – блогосферы.

Все вышеперечисленные факторы, в свою очередь, ускоряют процессы информатизации общества, глобализацию и формируют медиареальность – реальность, создаваемую и представляемую посредством новых технологий медиакommunikации. Данное диссертационное исследование посвящено изучению феномена блогосферы Армении и Грузии и его влиянию на медиареальность Закавказья.

Актуальность данного исследования определяется тем, что в нем исследуются особенности и анализируются тенденции медийных процессов, происходящих на наших глазах за последние 20 лет, связанные с сиюминутным усилением роли как армянской, так и грузинской блогосферы в конструировании медиареальности Закавказья.

Здесь, безусловно, следует объяснить, почему исследование не включает в себя Азербайджан. Дело в том, что становление и армянской, и грузинской блогосферы было обусловлено социально-экономическими и

политическими кризисами, развивавшимися практически параллельно и одинаково: ухудшение качества жизни населения, падение уровня журналистики в связи с миграцией квалифицированных специалистов и отсутствием средств на поддержку печати, недовольство властью, девальвация национальной валюты, обнаружение нарушений в ходе выборов, протесты, митинги и, как следствие, недоверие к официальным СМИ, поддерживающим правящую партию. Все это в совокупности с развитием технологий массовой коммуникации привело к формированию нового, более независимого информационного пространства – блогосферы.

Блоги стали площадкой для массовой гражданской журналистики во время революций в Армении и Грузии, из-за чего оба этих государства вошли в десятку рейтинга «Индекс свободы интернета-2019» от Freedom House, в отличие от Азербайджана, который оказался в конце списка и был признан страной с несвободным интернетом¹. В Азербайджане, по данным рейтинга, существует цензура и контроль онлайн-СМИ, в то время как в Грузии цензура отсутствует вообще, а в Армении сведена к минимуму. Поэтому можно утверждать, что процессы развития блогинга в Грузии и Армении сравнимы между собой.

Степень разработанности проблемы. Анализ медиареальности – актуальная тема для исследования во многих странах, однако в Закавказье степень разработанности данной проблемы невысока. Фундаментальные исследования в областях журналистики, филологии, лингвистики в Армении и Грузии проводились в середине XX века, однако данные исследования соответствовали вызовам и научно-техническим достижениям своего времени, изучая печать, радио и телевидение. Современные фундаментальные исследования в сфере медиа не проводились в связи с военными действиями, экономическим кризисом и, как следствие, отсутствием финансирования науки. Информация о развитии новых медиа и

¹ Freedom House. Freedom on the Net. Report 2019: https://www.freedomonthenet.org/sites/default/files/2019-11/11042019_Report_FH_FOTN_2019_final_Public_Download.pdf

медиа-реальности в Закавказье на сегодняшний день представлена лишь в виде статей, носящих обрывочный характер и не отличающихся многоаспектностью. Стоит также добавить, что русский язык потерял статус официального в Армении и Грузии после распада Советского Союза, поэтому большинство работ опубликовано на армянском и грузинском языках, не являющихся массовыми, и для широкого научного круга они недоступны.

Значительную часть исследований южно-кавказских медиа проводят не отечественные специалисты, а международные организации (например, ОБСЕ в Армении и НПО «Transparency International» в Грузии). Их проекты обычно дают общее представление о состоянии южно-кавказской медиасреды, блогосфера часто даже не становится предметом анализа в исследовании. Например, в докладе «Новые СМИ Армении» М. Асламазян² для ОБСЕ акцент сделан только на онлайн-газетах, а эксперты «Transparency», изучая рынок рекламы в Грузии, сосредоточились только на телевидении и радио – онлайн-реклама даже не была включена в отчет.

Роль блогинга в формировании южно-кавказского медиапространства до сих пор не изучена, впрочем, как и новые медиа. Национальное агентство статистики Грузии не включает онлайн-издания в список СМИ, выходящих на территории государства, указывая только печать³, однако и эти данные являются устаревшими, так как в последний раз обновлялись в 2016 г. При этом, согласно исследованию IDFI, посвященному использованию интернета в Грузии⁴, если в 2010 г. к мобильному интернету были подключены около 800 тысяч граждан страны, то в 2019 г. данный показатель достиг 3,2 млн чел. По результатам исследования фонда Transparency, в 2015 г. в Грузии было зарегистрировано около 564 тысяч интернет-пользователей, из которых

² Асламазян М. Новые СМИ Армении. 9 Южнокавказская конференция СМИ «От традиционных к сетевым СМИ: передовая практика и перспективы». Грузия. 2012. - <https://www.osce.org/files/f/documents/f/2/102323.pdf>

³ Национальное агентство статистики Грузии. Издание книг, журналов и газет: <https://www.geostat.ge/en/modules/categories/615/culture>

⁴ Institute for Development of Freedom of Information. Internet Usage and Accessibility Tendencies in Georgia. 2020. P. 4

75% регулярно пользовалось социальными сетями, однако лишь 7% читали блоги⁵. А уже в 2019 г., по данным фонда, 18% грузинских пользователей считало Facebook основным источником получения информации о политике и событиях, 25% - вторым. Данный факт свидетельствует о важности блогинга в Грузии. Стоит добавить, что газеты как источник информации в Грузии выбирают лишь 5% населения⁶, отдавая предпочтение аудиовизуальным СМИ.

Между тем, число печатных СМИ в Грузии год от года снижается. В 2013 г. в стране насчитывалось 311 газет, по состоянию за 2016 г. – 175⁷.

Что касается Статистического комитета Республики Армения, данные по зарегистрированным СМИ здесь тоже не обновляются. Самый свежий отчет по СМИ – это доклад Ереванского пресс-клуба⁸, но он датирован 2014 г. Тем временем, как и в Грузии, количество интернет-пользователей в Армении растет. Как пишет социолог центра политических исследований «Нораванк» Самвел Манукян⁹, число интернет-пользователей выросло с 62% в 2012 г. до 78% в 2016 г. Самым распространенным источником информации в армянском интернете, по информации фонда, также является Facebook – им пользуется 39% пользователей, 41% населения Армении пользуется социальными сетями каждый день. Интерес к газетам тоже снижается. По данным отчета фонда «Открытое общество», в 2011 г. стране насчитывалось 759 газет, однако лишь 10% из них реально окупались¹⁰. В последнем списке печатной прессы Армении от Ереванского пресс-клуба указано 75 изданий¹¹.

⁵ Transparency Fund. Who Owns Georgia's Media. Report – 2015: <https://www.transparency.ge/en/post/report/who-owns-georgia-s-media>

⁶ Transparency Fund. Who Owns Georgia's Media. Report-2019: <https://www.transparency.ge/en/post/who-owns-georgias-media>

⁷ Национальное статистическое агентство Грузии. Статистика в разделе «Издательство книг, журналов, газет»: <https://www.geostat.ge/en/modules/categories/615/culture>

⁸ Ереванский пресс-клуб. Годовой отчет по СМИ: <https://clck.ru/Ti4dJ>

⁹ Манукян С. Интернет и социальные сети в Армении (2012-2016). Фонд «Нораванк». 2018. http://www.noravank.am/rus/articles/detail.php?ELEMENT_ID=16928

¹⁰ Фонд «Открытое общество». Карта цифровых СМИ: Армения. 2013. С. 18

¹¹ Ереванский пресс-клуб. Список прессы Армении: <https://урс.am/ru/armenian-media/пресса/>

Другая, не менее важная проблема заключается в том, что ни в Армении, ни в Грузии органы статистики не относят медиа к сектору экономики. В Агентстве статистики Грузии медиа отнесены в раздел «Культура»¹², более того, статистические комитеты обоих государств не публикуют сведений о ведущих медиакомпаниях, что затрудняет анализ динамики развития южно-кавказского медиарынка.

Тем временем популярность новых медиа в Закавказье растет, современные блоги можно изучать и как экономический объект, поскольку в них присутствуют реклама и PR. Безусловно, коммерциализация оказывает влияние на структуру медиатекста – меняются его стилистика и жанр. Однако комплексный анализ блогов, их взаимосвязи со СМИ и степени участия в создании повестки дня отсутствует, из-за чего судить о реальном состоянии блогосферы в Армении и Грузии трудно. А учитывая рост популярности блогов как источников информации и тот факт, что именно блоги становились главной новостной площадкой во время революций в Армении и Грузии, именно блогосфера оказывает существенное влияние на формирование медиареальности Закавказья.

Изучению блогосферы и медиареальности посвящено немало российских и зарубежных исследований, которые, по мнению автора данной работы, можно разделить по следующим направлениям:

- концептуализация блогинга, или вектор исследования, изучающий трансформацию журналистской деятельности и интернет-коммуникаций в условиях современного медиапространства (А. А. Грабельников¹³, Е. Л. Вартанова¹⁴, Е. В. Олешко¹⁵, И. Кирия¹⁶, П. Джобс¹⁷, Е. Е. Пронина¹⁸, М. Казарян и А. Таксилдарян¹⁹, К. Б. Харви²⁰);

¹² Национальное агентство статистики Грузии: <https://www.geostat.ge/en/modules/categories/615/culture>

¹³ Грабельников А. А. Особенности конвергентной журналистики. Вестник Университета Российской Академии образования. 2013. №3. С. 79-83

¹⁴ Вартанова Е. Л. Конвергенция как неизбежность: о роли технологического фактора в трансформации современных медиасистем. От книги до интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия. МГУ. 2000.

¹⁵ Конвергентная журналистика : Профессиональная культура субъектов информационной деятельности : [учеб. пособие] / Е. В. Олешко ; [науч. ред. Б. Н. Лозовский] ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015. – 128 с.

- технологический аспект развития блогинга, анализирующий роль новых каналов коммуникации в привлечении аудитории в блог (Ж. Багиян²¹, С. Мартиросян²², К. Какачиа²³, С. В. Патюков²⁴);

- социокультурный аспект, изучающий формирование системы социума в медиaprостранстве, а также поведение блогера как языковой личности (М. Макклюэн²⁵, Ю. Н. Караулов²⁶, Н. Б. Кириллова²⁷, В. Беньямин²⁸, А. В. Болотнов²⁹, А. М. Анохина³⁰);

- стилистический аспект, изучающий трансформацию и взаимопроникновение жанров в условиях блогосферы (А. Е. Базанова³¹, В. Е. Чернявская³², М. А. Ульянова³³, М. Н. Ким и Е. М. Пак³⁴, Р. Скрупник³⁵).

Данные труды отечественных и зарубежных исследователей и составили **теоретико-методологическую базу** работы. Также автор исследования опирался на следующие источники:

¹⁶ Кирия И. Что такое мультимедиа? Журналистика и конвергенция. М. 2010. С. 17

¹⁷ Jobes P. What is blogosphere? <https://solvid.co.uk/what-is-blogosphere/>

¹⁸ Пронина Е. Е. Категории медиапсихологии: <http://evartist.narod.ru/text7/49.htm>

¹⁹ Казарян М., Таксилдарян А. Синергия эмоций и технологий: как сторителлинг помог организовать IT Конгресс WCITв 2019. https://vc.ru/marketing/150772-sinergiya-emociy-i-tehnologiy-kak-storitelling-pomog-organizovat-it-kongress-wcit-v-2019?fbclid=IwAR2Fequ0Cml_UGsxx3mLaaiFPsdvuMKVaNEd5bcs5kXEKtlHv_KO4ASukkc

²⁰ A Taxonomy of Transmedia Storytelling. Colin B. Harvey. Storyworlds across Media. University of Nebraska Press 2014, 284 p.

²¹ Багиян Ж. Онлайн-СМИ в медиасистеме Армении: <http://mediaalmanah.ru/files/83/504.php>

²² Martirosyan S. Twitter for News Agencies: Enjoy It While You Can. Media.am. 2014 - <https://media.am/en/critique/2011/12/12/1077/>

²³ Kakachia K., Pataraiia T., Cecire M. Networked Apathy: Georgian Politics and the Role of Social Media. Demokratizatsiya: the Journal of Post-Soviet Democratization. V. 22 (2). 2014. P. 255

²⁴ Патюков, С. В. Социальная сеть: понятие, история возникновения, современное положение дел / С. В. Патюков, Е. В. Коврига. Юный ученый. — 2017. — № 2 (11). — С. 75-77.

²⁵ Макклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. Канон-пресс-Ц. 2003.

²⁶ Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Издательство ЛКИ. 2010. С. 47-49

²⁷ Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. Академический проект. 2005. С. 14

²⁸ Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе. 1996.

²⁹ Болотнов А. В. Изучение языковой репрезентации тезаурусного подстиля публичной языковой личности в медиадискурсе. Вестник Томского государственного университета. 2013. №371. С. 11-15

³⁰ Анохина А. М. Феномен мультимедийного лонгрида и цифровой сторителлинг в сетевых медиа. Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. №2 (24). С. 146-150.

³¹ Базанова А. Е. Основы теории публицистики и литературно-художественной критики. Учебно-методическое пособие. Москва. 2016. С. 44.

³² Чернявская В. Е. Научно-исследовательская статья как вербализация нового научного результата (на материале лингвистики). Жанры речи. 2016. № 1 (13). С. 56-64.

³³ М. А. Ульянова. Классификация жанров интернет-дискурса - <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-zhanrov-internet-diskursa/viewer>

³⁴ Ким М.Н., Пак Е.М. Жанры печатных и электронных СМИ. Издательский дом ПИТЕР, СПб, 2020, 448с.

³⁵ Скрупник Р. Приемы сторителлинга: нарратив и сюжет, без которых не бывает историй. <https://madcats.ru/content-marketing/storytelling/>

- доклады и отчеты международных организаций (ОБСЕ³⁶, «Открытое общество»³⁷, «Transparency»³⁸, «Freedom House»³⁹, IREX⁴⁰), а также данные Комитета по статистике Республики Армения⁴¹ и Грузинского национального агентства статистики⁴², Национального архива Армении и цифровые документы Национальной грузинской парламентской библиотеки⁴³;

- законодательные и нормативные документы Республики Армения и Грузии (Конституция Грузии⁴⁴, Конституция Республики Армения⁴⁵, закон Республики Армения «О массовой информации»⁴⁶, закон Грузии «О свободе слова и выражения»⁴⁷, закон Республики Армения «Об электронной коммуникации»⁴⁸, законы Армении и Грузии «Об авторских и смежных правах»⁴⁹ и «О рекламе»⁵⁰);

Объектом изучения в диссертационном исследовании стала блогосфера Армении и Грузии, рассматриваемая как существенная составная часть медиареальности Закавказья.

Предметом исследования выступают особенности политических и литературных блогов Армении и Грузии с аудиторией более 5 тысяч подписчиков – 10 политических и 5 литературных блогов.

Хронологические рамки. В контексте данного исследования актуален анализ формирования и трансформации блогосферы Армении и Грузии с 2000 по 2020 гг. На протяжении данного периода оба государства столкнулись со схожими проблемами: экономическими и политическими

³⁶ Доклад ОБСЕ. «Журналистское образование – повышение качества образования и новые технологии». Шестая Южнокавказская конференция СМИ. Грузия. 2009.

³⁷ Карта цифровых СМИ: Армения. Отчет фонда «Открытое общество». 2013. С. 76.

³⁸ Transparency Fund. Who owns Georgian Media? Report-2018. P. 12

³⁹ Freedom House. Armenia-2019: <https://freedomhouse.org/country/armenia/freedom-world/2019>

⁴⁰ IREX. Media Sustainability Index of Georgia 2017. P. 74

⁴¹ Комитет по статистике Республики Армения: <https://www.armstat.am/ru/>

⁴² Грузинское национальное агентство статистики: <https://www.geostat.ge/>

⁴³ National Parliament Library of Georgia: <https://www.nplg.gov.ge/eng/home>

⁴⁴ Законодательный вестник Грузии. Конституция Грузии: <https://matsne.gov.ge/ru/document/view/30346>

⁴⁵ Конституция Республики Армения: https://www.gov.am/u_files/file/Constitution/Constitution-nor.pdf

⁴⁶ Закон Армении «О массовой информации»: <https://www.arlis.am/documentview.aspx?docid=62084>

⁴⁷ Закон Грузии «О свободе слова и выражения»: <https://matsne.gov.ge/ru/document/download/33208/1/ru/pdf>

⁴⁸ Законодательство стран СНГ. Закон Республики Армения «Об электронной коммуникации»: https://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=52391

⁴⁹ Агентство интеллектуальной собственности Республики Армения. Закон Республики Армения «Об авторском праве и смежных правах»: <https://www.aira.am/ru/Copyrightlaw/>

⁵⁰ Законодательный вестник Грузии. Закон «О рекламе»: <https://matsne.gov.ge/ru/document/view/31840>

кризисами, вызвавшими необходимость правовых реформ и поиска новых каналов коммуникации между властью и обществом. Безусловно, все эти процессы либо находили отражение в интернете и блогах, либо развивались при непосредственном участии новых медиа, следовательно, влияли на медиареальность региона и обусловили ее нынешние тенденции развития. Этим и объясняется выбор временных рамок при проведении исследования.

Цель работы – на основе исследования содержания и формы политических и литературных блогов выявить особенности, сходства и различия в функционировании блогосфер Армении и Грузии в условиях медиареальности Закавказья.

Для достижения данной цели необходимо решение следующих исследовательских **задач**:

1. Определить понятия «блог», «блогинг», «блогосфера» и «медиареальность» в системе армянских и грузинских медиа, изучить становление и развитие блогосреды в Армении и Грузии с 2000 по 2020 гг., в частности, проанализировать этапы формирования медиаконвергенции в блогосфере Закавказья и основ социально-правового регулирования в области блогинга;

2. Изучить структуру современных армянских и грузинских блогов как элемента медиaprостранства и медиакультуры Закавказья;

3. Провести контент-анализ политических блогов Армении и Грузии и выявить их уровень персонификации, а также использования национально-культурных детерминант по концепции Ю. Н. Караулова, изучая их влияние на блогосферу Закавказья;

4. Провести сравнительный анализ медиатекстов популярных армянских и грузинских политиков-блогеров, а также блогеров-публицистов как языковых личностей, составить их речевые портреты и на основе полученных данных описать собирательный образ современного армянского и грузинского политиков в блогосфере Закавказья;

5. Выявить уровень востребованности формата сторителлинга в блогосфере Закавказья и его роль в формировании медиаобразов, стереотипов и клише, связанных с Арменией и Грузией, среди зарубежной аудитории;

6. Обозначить основные закономерности развития южно-кавказской медиасреды.

Для решения вышеперечисленных задач были применены следующие **методы**:

1. Метод системного анализа, позволяющий установить структурные связи между блогами как элементами медиареальности.

2. Метод теоретического моделирования, который применяется в разработке таких моделей коммуникационного взаимодействия в блогах, как «автор – аудитория» и «аудитория – автор».

3. Метод лингвокогнитивного анализа, выявляющий влияние национально-детерминированных элементов речи в блоге на процесс коммуникации.

4. Метод контент-анализа, который с помощью качественных и количественных методов позволяет определить тенденции, характерные для текстового массива в конкретном блоге.

5. Сравнительно-сопоставительный метод, выявляющий общие и отличительные признаки политических и литературных блогов Армении и Грузии.

6. Метод лингвистического описания, который, в свою очередь, включает в себя элементы обобщения, наблюдения, типологизации, а также интерпретации публикаций в блогах Закавказья.

Также в данной работе применялись методы статистической обработки для систематизации количественных результатов исследования.

Гипотеза данного диссертационного исследования заключается в предположении, что на сегодняшний день блогинг Закавказья переживает ряд жанровых и стилистических трансформаций, выраженных в активном

использовании национально-культурных речеповеденческих детерминант, а также локальных диалектов русского языка при построении портрета языковой личности и нарративов, что существенным образом влияет на формирование медиареальности Закавказья.

Проблема, обозначенная в рамках данного исследования, заключается в необходимости анализа речеповеденческих детерминант и факторов, влияющих на формирование повестки дня в блогах публичных языковых личностей.

На защиту выносятся **следующие положения**:

1. После длительного кризиса, начавшегося с распадом СССР, журналистика в Армении и Грузии вступила в новый этап развития благодаря новым коммуникационным средствам, блогингу в том числе. Некоторые печатные издания, находившиеся на грани закрытия (к примеру, газета «Вечерний Тбилиси»), создали интернет-версии, тем самым привлекая больше читателей. Другие издания, как армянская газета «След», вообще отказались от печатной версии и выходят только в электронном виде, что позволило им сократить расходы и при этом увеличить охват аудитории. Часто в онлайн-версиях издания есть рубрика «Блоги», как на платформе ИА «Спутник». Но большей популярностью в Закавказье пользуются блоги в рамках социальной сети (особенно Facebook), не обладающие автономным сайтом, часто не попадающие под определение сетевого издания, но занимающиеся производством и распространением уникального контента.

2. Аффилированные журналисты выбирают блоги в социальных медиа, поскольку они чаще всего не привязаны к политике конкретного издания и предполагают больше возможностей для оппозиционной и гражданской журналистики. Доверие аудитории Закавказья к блогам доказывает и тот факт, что все больше публичных личностей и политических деятелей создают блоги в социальных сетях, чтобы сделать процесс коммуникации с аудиторией более интерактивным. Данные блоги обладают характеристиками классических СМИ: регулярностью публикаций, рубрикацией, разработкой

авторского контента, поэтому в Закавказье блоги можно рассматривать как СМИ. Более того, часть контента в традиционных СМИ формируется как реакция или продолжение тем, обсуждаемых в блогосфере. В связи с этим можно говорить о прямом влиянии блогинга на медиареальность Закавказья.

3. Блогинг в Грузии и Армении способствует возрождению и популярности журналистики на русском языке. Несмотря на то, что русский язык не является официальным в обоих государствах, последние пять лет наблюдается увеличение количества русскоязычных онлайн-изданий. Во-первых, из-за высокого уровня миграции в 1990-х годах значительную часть аудитории сетевых изданий составляют грузинские и армянские диаспоры за рубежом, преимущественно в русскоязычных странах. В каждой диаспоре есть определенный процент аудитории, легче воспринимающей информацию на русском языке. Во-вторых, рост потока туристов и укрепление партнерских связей со странами СНГ обеспечивают интерес к странам и потребность в информации.

4. Национально-культурные речеповеденческие детерминанты, входящие в концепцию языковой личности по Ю. Н. Караулову – это важный системообразующий элемент блогинга Закавказья в контексте медиареальности. Изучая повестку дня в Армении и Грузии, можно заметить, что в основном именно проблемы межкультурной коммуникации становятся причинами конфликтов и негативных инфоповодов в СМИ. Традиции и культура также формируют базовые медиаобразы данных стран, выбравших туризм как двигатель развития экономики.

Материалом для проведенного диссертационного исследования стали блоги премьер-министра Грузии Георгия Гахария, президента Грузии Саломе Зурабишвили, мэра Тбилиси Кахи Каладзе, лидера партии «Единое национальное движение» Григола Вашадзе, третьего президента Грузии Михаила Саакашвили, премьер-министра Армении Никола Пашиняна, президента Армении Армена Саркисяна, президента Нагорно-Карабахской республики Араика Арутюняна, депутатов Эдмона Марукяна и Наиры

Зограбян, публицистов Наринэ Абгарян, Тинатин Диас, Валентины Семилет, Мариам Сараджишвили, Елены Петросян.

Общее количество изученных текстов составило 2 925 единиц, 503 из которых являются материалами литературных блогов, а оставшиеся 2 422 – контентом политических блогов.

Научная новизна исследования состоит в том, что существующие информационно-коммуникативные сведения об армянском и грузинском блогинге объединены с результатами самостоятельно проведенного автором анализа дискурсивно-текстовых элементов блогов. Вся эта информация структурирована в общий нарратив, позволяющий судить о воздействии современной армянской и грузинской блогосферы на формирование южно-кавказской медиареальности. Также автор пытается представить комплексное описание блогосфер в Армении и Грузии и определяет механизмы развития блогинга в Закавказье. Полученные выводы дают возможность классифицировать жанры, характерные для грузинских и армянских блогов, и выявить их смешение. Помимо этого, автор анализирует специфику трансформации русского языка, основные коммуникационные стратегии и выбор повестки дня в блогосфере Закавказья.

Стоит также отметить, что в диссертации проанализировано речевое поведение публичных языковых личностей в условиях Вооруженного конфликта в Нагорном Карабахе в 2020 г. Изначально контент-анализ блогов, авторами которых являются карабахские политики и публицисты, не был заявлен в плане исследования, однако военные действия оказали влияние на формирование повестки дня, связанной с регионом, и, соответственно, на риторику в блогах Закавказья. В связи с этим в исследование был включен блог Араика Арутюняна, что отразилось на структуре и объеме второй главы исследования.

Теоретическая ценность исследования объясняется необходимостью в теоретическом обосновании грузинского и армянского блогинга, а также

определении статуса блогосферы в системе цифровых СМИ и медиасреде Закавказья.

Практическая ценность исследования заключается в возможности его использования в преподавании таких дисциплин, как «Теория и практика международной журналистики» и «Современная зарубежная журналистика», а также в исследованиях в области психолингвистики, политологии, международных отношений, стилистики и медиареальности. Результаты исследования будут полезны и журналистам-практикам, работающим в Армении и Грузии.

Достоверность и обоснованность результатов диссертационного исследования обеспечена теоретической базой научного поиска, а также проведением исследования как на теоретическом, так и на практическом уровнях, использованием качественных и количественных методов оценки данных, применением комплекса подходов, релевантных цели и задачам работы, и выявлением закономерностей и тенденций в процессе обработки результатов.

Апробация результатов исследования. Главные результаты данного диссертационного исследования изложены в статьях, докладах и сообщениях в рамках научных конференций и форумов различного уровня: международной научной конференции СПбГУ «Язык в координатах массмедиа, этики и права - 2020»; международной научной конференции МГУ им. М. В. Ломоносова «Журналистика в 2020 году: творчество, профессия, индустрия»; Всероссийской конференции РУДН «Медиареальность России: вчера, сегодня, завтра»; международной конференции РУДН «Массмедиа России и зарубежных стран: глобальное и национальное»; международной конференции «International Scientific and Pedagogical Forum: Language, Culture, Translation: Comparative Studies»; международной научно-практической конференции МГУ им. М. В. Ломоносова «Журналистика в 2019 году: творчество, профессия, индустрия»;

международной научно-практической конференции МГУ им. М. В. Ломоносова «Журналистика 2018».

По теме диссертации опубликовано 8 научных работ, в том числе две в научных изданиях, индексируемых WoS, и три в научных изданиях, рекомендованных ВАК РФ и РУДН:

1) Bazanova A. E., Kurmanova D. B., Chebanenko V. V. Blogging as a Form of Teacher Motivating, Support and Cooperation with Students from Armenia and Georgia (on the Example of RUDN University)// Proceedings of the 15th International Conference INTED-2021.

2) Martynenko El. V., Parkhitko N. P., Kurmanova D. B. Imagology of Russian Educational Programa for Armenia and Georgia in the Mass Media. Comparative Analysis// Proceedings of the International Conference EDULEARN-2019.

3) Parkhitko N. P., Kurmanova D. B. Role of blogging and social media in the promotion of Armenian and Georgian educational programs for Russia// Proceedings of the International Conference INTED-2020.

4) Курманова Д. Б., Зарифиан М. Тренды медиапотребления в Грузии»// Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика. – 2020. – Т. 25 (4). – С. 797-807.

5) Матвиенко В. В., Курманова Д. Б. Медиатизация грузино-индийских отношений на современном этапе// Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. – 2019. – Т. 24 (2). – С. 303-311.

6) Пархитько Н. П., Курманова Д. Б. Артикуляция и медиатизация религии в СМИ Грузии и Турции. Сравнительный анализ// Вопросы национальных и федеративных отношений. – 2018. – Т. 8 (6). – С.808-822.

7) Matvienko V. V., Kurmanova D. B. «The influence of language on the mediatization of Georgian Mass Media on example of Georgian – Indian relationship»// Proceedings of the International Scientific and Pedagogical Forum: Language, Culture, Translation: Comparative Studies. Georgia, Tbilisi, 2019.

8) Kurmanova D. B., Chebanenko V. V. Development of Gamification in The Ukrainian and Georgian Mass Media// Proceedings of the 4th International Conference on Contemporary Education, Social Sciences and Humanities». 2019.

Кроме того, автор исследования в 2018 г. опубликовал монографию в соавторстве с к.ф.н., доц. В. В. Матвиенко «Медиапространство Грузии: история и современное состояние».

Структура и объём работы. Диссертация состоит из введения, трёх глав, одиннадцати параграфов, заключения, списка литературы и четырёх приложений.

Глава 1. Развитие блогосферы Грузии и Армении в 2000-2020 гг.

1.1. Влияние различных аспектов медиаконвергенции на блогосферу Грузии и Армении

В определении Е.В. Олешко термин «конвергенция», в переводе с латинского означающий «сближение», представляет собой слияние и интеграцию различных информационных и коммуникативных процессов в единый инфоресурс⁵¹, который занимается производством общего контента, то есть информации. Следовательно, под медиаконвергенцией понимают процесс слияния традиционных и новых медиа, сопровождающийся как дублированием контента с одного ресурса на другой, так и созданием нового⁵².

Исследования медиарынка Закавказья, проведенные экспертами фонда Transparency⁵³, а также таких организаций, как IDFI⁵⁴ и ОБСЕ⁵⁵, указывают на то, что с 2001 по 2015 гг. СМИ Армении и Грузии совершили как количественный, так и качественный конвергентный рывок, отраженный в расширении производства контента ведущими медиахолдингами обеих стран. К данному явлению можно причислить создание электронных версий печатных СМИ, возникновение независимых онлайн-изданий и развитие блогинга на базе интернет-СМИ, универсальных блог-платформ и социальных сетей.

⁵¹ Конвергентная журналистика : Профессиональная культура субъектов информационной деятельности : [учеб. пособие] / Е. В. Олешко ; [науч. ред. Б. Н. Лозовский] ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015. – 128 с.

⁵² Шеремет В. В. Типология медиаконвергенции. Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение 2012. — № 1

⁵³ Фонд Transparency.ge. Исследование «Кому принадлежат медиа Грузии?»:
<https://www.transparency.ge/en/post/report/who-owns-georgia-s-media>

⁵⁴ Institute for Development of Freedom of Information. Practice of Disclosure of Public Information in 2010-2015:
<https://idfi.ge/en/opacity-2010-2015-part-1>

⁵⁵ Доклад ОБСЕ. «Журналистское образование – повышение качества образования и новые технологии». Шестая Южнокавказская конференция СМИ. Грузия. 2009. osce.org/files/f/documents/8/9/73692.pdf

Прежде чем переходить к обзору становления блогосферы Закавказья на примере Армении и Грузии, важно определить значения терминов «блог», «блогер», «блогинг» и «блогосфера». Согласно Кембриджскому словарю, изначально блог воспринимался как «веб-сайт, на котором один или группа авторов размещает различные записи», однако сегодня к данному значению добавилось еще одно: «размещение в интернете новостей, мнений, изображений и видео на регулярной основе»⁵⁶. Появление дополнительного значения, в свою очередь, свидетельствует об эволюции блога – если в 1990-х гг. блоги можно было вести лишь на определенных блог-платформах, сегодня ведение блогов доступно в каждой социальной сети. Соответственно, блогер – это автор блога. Социальная сеть же представляет собой интерактивную, автоматизированную онлайн-платформу с элементами социальной среды, доступную неограниченному количеству пользователей, которые сами генерируют контент для данной сети⁵⁷.

По определению агентства Digimark.pro, блогинг означает специальную деятельность по продвижению блога путем регулярного размещения публикаций в нем с целью роста охвата аудитории и, возможно, монетизации⁵⁸.

П. Джобс дает следующее определение термину «блогосфера»: социально ориентированная среда, существующая в рамках интернета или определенной блог-платформы и обеспечивающая взаимодействие между блогерами⁵⁹.

В обосновании также нуждается термин «медиареальность», частью которой является блогосфера. Прежде всего, стоит принять во внимание мнение В. В. Савчука, согласно которому определение медиареальности в научных кругах все еще остается новым, однако очевидна тенденция переосмысления привычных понятий, получающих приставку «медиа»:

⁵⁶ Cambridge Dictionary Online. Blog: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/blog>

⁵⁷ Патюков, С. В. Социальная сеть: понятие, история возникновения, современное положение дел / С. В. Патюков, Е. В. Коврига. Юный ученый. — 2017. — № 2 (11). — С. 75-77.

⁵⁸ Digimark.pro. Что такое блогинг? <https://digimark.pro/chto-takoe-blogging/>

⁵⁹ Jobs P. What is blogosphere? <https://solvid.co.uk/what-is-blogosphere/>

медиаэкономика, медиасреда, медиапространство и т.п. Как считает исследователь, бесспорным, однако, остается факт: чтобы событие попало в информационное поле, его нужно оцифровать, то есть подать аудитории в виде текста, звука и иллюстрации, в результате чего информационное событие симулирует событие реальное. Получается, информационное пространство (или медиапространство) можно рассматривать как симуляцию реального пространства, и любой человек, в данном случае считающийся медиасубъектом, является его участником⁶⁰.

Свою точку зрения исследователь подтверждает таким фактом, как наличие электронной почты практически у каждого человека; при этом в условиях реального пространства человек может переехать из одной географической точки в другую, но информационное пространство, куда он получает доступ через электронную почту (которая также обеспечивает вход на различные сайты и социальные сети) остается неизменным⁶¹.

Как пишет Л. В. Жигунина, медиареальность, как и медиапространство, представляет собой знаково-символическую информационную среду, которую производят медиа⁶². Блоги же являются частью медиасистемы, что обосновывает их изучение в контексте медиареальности. В своем исследовании Л.В. Жигунина, в свою очередь, ссылается на М. Маклюэна, утверждавшего, что массмедиа вносят вклад в формирование некоего «всеобщего пространства медиумов»⁶³. На теорию М. Маклюэна ссылается и А. А. Ковалев, по мнению которого, медиареальность «родилась благодаря двум взаимосвязанным явлениям – становлению массовой культуры и

⁶⁰ Медиафилософия: формирование дисциплины. // Медиафилософия. Основные проблемы и понятия. / Под ред. В. В. Савчука. — СПб., Издво Санкт-Петербургского философского общества. 2008. С. 7-39.

⁶¹ Mediaphilosophy.ru: Валерий Савчук: Медиареальность. Медиасубъект. Медиафилософия: http://mediaphilosophy.ru/library/mediaphilosophy_II/31.pdf

⁶² Жигунина Л. В. Медиареальность информационного общества: нужна ли утопии реанимация? / Ученые записки Казанского университета. - 2014. - №1 (156). - С. 48

⁶³ Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. – М.: Гиперборей; Кучково поле. 2001. – 464 с.

электронных СМИ»⁶⁴, в то время как некоторые блоги были созданы именно как копия электронных СМИ в социальных сетях.

В 2001 г. неправительственная организация «UN Association of Georgia» зарегистрировала портал Civil.ge⁶⁵, изначально представлявший собой новостной ресурс с публикациями на грузинском, русском и английском языках, позже на сайте издания появилась блог-платформа для авторов портала.

Идентичный процесс развития прошел и новостной сайт Media.ge, созданный организацией «Интерньюс» в 2005 г.⁶⁶. В 2010 г. в издании также появился раздел «Блоги»⁶⁷, однако с 2015 г. редакция портала решила сделать упор на развитие аккаунтов в социальных сетях, в частности, в Facebook⁶⁸ в целях наращивания аудитории. Данный процесс свидетельствует о начале конвергенции грузинских медиа.

Развиваются конвергентные СМИ и в Армении, где в 1999 г. появился портал PanARMENIAN.NET⁶⁹. Изначально он представлял собой информационный сайт, ориентированный на армян, проживающих за пределами Армении, но в 2000 г. создатели сайта Армен Азарян, Ара Агамян и Ваан Степанян расширяют компанию «PanArmenian Media Group», создав на базе портала информационное агентство «PAN News Agency». В 2009 г. в активах медиахолдинга появляется фотоагентство «PAN Photo Agency», которое на данный момент сотрудничает с Associated Press, Reuters, РИА Новости, The New York Times, CNN, The Guardian и Al Jazeera. В том же 2009 г. «PAN Armenian» становится первым медиахолдингом в стране, создавшим блог «PAN.AM» в Twitter и Facebook. Исследователь С. Мартиросян

⁶⁴ Ковалев А. А. Медиареальность как феномен современной культуры. – Вестник МГУКИ. - №6 (38). – 2010. – С. 70-72.

⁶⁵ Civil.ge - <https://civil.ge/>

⁶⁶ Media.ge - <http://media.ge/>

⁶⁷ Media.ge, рубрика «Блоги» - <http://media.ge/ge/portal/blogs/>

⁶⁸ Блог Media.ge - <https://www.facebook.com/mediage/>

⁶⁹ Агентство «PanArmenian» - <https://www.panarmenian.net/rus/>

отмечает⁷⁰, что аудитория сайта и блога в социальной сети – совершенно разная, поэтому при разработке формата блога было необходимо учитывать специфику социальных сетей и менять подачу материала, что в результате обеспечило «PAN Armenian» приток новых читателей (221 тыс.чел.)⁷¹. Также компания создала отдельную блог-платформу «BlogNews.am»⁷².

Другое армянское издание, созданная в 2001 г. газета «Hetq», отказалась от печатной версии и существует только в формате онлайн. В 2010 г. издание тоже зарегистрировало блог в Facebook⁷³, аудитория которого на сегодняшний день составляет 188 тыс. чел.

В условиях интернета издания и представляющие их блоги публикуют информацию на трех языках – государственном, русском и английском, что обеспечивает прирост читателей из стран СНГ и ЕС, а также свидетельствует о том, что развитие новых информационных технологий ведет к увеличению объемов контента и расширению коммуникационного пространства, иными словами – к конвергенции и мультимедиатизации грузинских и армянских СМИ.

В теории журналистики предлагается несколько классификаций медиаконвергенции. Например, А. Фагерйорд и Т. Сторсул⁷⁴ выделяют следующие виды конвергенции:

- конвергенция сетей – переход от аналогового сигнала в цифровой, диджитализация. В Армении полный переход от аналогового сигнала к цифровому завершился⁷⁵ в 2015 г. Что касается Грузии, по данным Министерства экономики республики⁷⁶, процесс перехода на цифровое вещание в стране лишь начался в 2015 г.;

⁷⁰ Martirosyan S. Twitter for News Agencies: Enjoy It While You Can. Media.am. 2014 - <https://media.am/en/critique/2011/12/12/1077/>

⁷¹ Блог агентства «PanArmenian»: <https://www.facebook.com/panarmenian.net/>

⁷² BlogNewsAm: <https://www.facebook.com/blognews.am>

⁷³ Блог газеты «Hetq»: <https://www.facebook.com/hetqonline>

⁷⁴ Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. Москва. 2010. С. 200

⁷⁵ MediaSat. Армения отключила аналоговое ТВ: <https://mediasat.info/2015/08/28/armenia-dtv/>

⁷⁶ Sputnik-Грузия. Грузия переходит на цифровое вещание: <https://sputnik-georgia.ru/society/20150701/227975384.html>

- конвергенция терминалов – слияние различных технических устройств в единый терминал, осуществляющий трансляцию информации. К числу конвергентных терминалов относятся компьютер, смартфон и т.д. По данным социологического опроса агентства IPM Research⁷⁷, благодаря мультифункциональности современных технических устройств, 43% интернет-пользователей Грузии заходят в социальные сети посредством смартфона или компьютера в среднем 1-2 раза на 30 мин. 36% пользователей проводит в социальных сетях до 1 часа за раз. В Армении социологические исследования на тему использования конвергентных терминалов не проводились, однако по результатам опроса читателей ИА «Спутник Армения»⁷⁸, пользователи старше 30 лет проводят в интернете до 4 часов;

- конвергенция услуг, когда различные услуги предоставляются аудитории единым электронным способом благодаря конвергенции терминалов и сетей. Блоги как раз являются примером конвергенции услуг. Существует такое понятие, как «зеркальные блоги», то есть блоги, представленные для пользователей различных ресурсов: блог-платформ, сайта издания, Facebook, Twitter, Instagram и т.п. Благодаря функции дублирования можно разместить публикацию лишь на одной площадке, на остальных она появится автоматически в то же время;

- конвергенция рынков, или результат слияния терминалов, сетей и услуг, когда телекоммуникационные компании могут наращивать уровень влияния на медиарынке путем увеличения объемов производства, например, создавая собственные телеканалы, интернет-телевидение, видеоблоги, сайты, онлайн-издания и т.п. На сегодняшний день в Грузии и Армении наблюдается следующая модель слияния: СМИ входят в состав крупных концернов. В 2019 г. в связи с распадом медиахолдинга «PanArmenian Media Group» телеканал «Armenia TV», включающий одноименный видеоблог, и радиостанция «Radio Jan» присоединились к компании «Comedy Club

⁷⁷ Агентство IPM. Отчет об использовании социальных сетей в Грузии за 2018 год: <https://clck.ru/Ti4EF>

⁷⁸ Sputnik Армения. Соцсети и тотальное поглощение:

<https://ru.armeniasputnik.am/armenia/20170309/6642369/sotsseti-i-armeniya-totalnoe-pogloshenie.html>

Production»⁷⁹, которая, в свою очередь, принадлежит российскому холдингу «Газпром-медиа». В Грузии данная тенденция наблюдается с 1996 г., когда грузинская телекомпания «Channel 9» вошла в состав холдинга «Карту групп»⁸⁰, принадлежащего основателю политической партии «Грузинская мечта» Бидзины Иванишвили. Позднее в активы компании входили банк «Карту», строительная компания «Elita Burji Ltd», благотворительный фонд «Карту» и телеканал «GDS». Как сообщает фонд «Transparency», в 2017 г. «GDS» был выкуплен ведущим медиахолдингом Грузии «Имеди», при этом в списке активов холдинга числятся один из самых популярных телеканалов страны «Имеди ТВ» и телеканал «Маэстро» (примечательно, что медиахолдинг «Имеди» официально поддерживает партию «Грузинская мечта»)⁸¹;

- конвергенция регулирования⁸², возникающая в результате формирования совместных рынков или платформ. Например, все отделы мэрии Тбилиси в социальных сетях объединены блогом в Facebook. В комментариях к публикациям блога «Tbilisi City Hall» жители столицы Грузии могут голосовать за социальные реформы, оставлять свое мнение или жалобу по социальным вопросам⁸³. В Армении глава паспортно-визового департамента полиции Мнацакан Бичахчян создал личный блог в Facebook⁸⁴, чтобы граждане страны лично рассказывали ему о проблемах, с которыми сталкиваются в паспортных столах. На основе комментариев к публикациям Бичахчян смог предложить реформы по улучшению работы департамента и снизить уровень коррупции, поскольку публичные обращения граждан в блоге послужили поводом для возбуждения служебных расследований.

⁷⁹ Голос Армении. PanArmenian Media Group прекращает свою деятельность:

<https://www.golosarmenii.am/article/75973/PanArmenian-Media-Group-prekrashhaet-svoyu-deyatelnost>

⁸⁰ Cartu Group. List of Companies: <http://cartugroup.com/english/about%20us/about.htm>

⁸¹ Transparency Fund. Who owns Georgian Media? Report-2018. P. 12: <https://www.transparency.ge/en/post/who-owns-georgias-media>

⁸² Кирия И. Что такое мультимедиа? Журналистика и конвергенция. М. 2010. С. 17

⁸³ Блог мэрии Тбилиси «Tbilisi City Hall»: <https://www.facebook.com/CityHallofTbilisi>

⁸⁴ Sputnik Армения. Как Facebook помогает исключить коррупцию в паспортных столах:

<https://ru.armeniasputnik.am/society/20191201/21272787/Kak-Facebook-pomogaet-isklyuchit-korrupsiyu-v-pasportnykh-stolakh--Bichakhchyan-pro-revolyuetsiyu.html>

Блогинг можно отнести ко всем перечисленным видам медиаконвергенции, поскольку современные блоги становятся все труднее стандартизировать. Дело в том, что они включают в себя не только текст, но и аудиовизуальные компоненты. Если еще в 2017 г. блог мэра Тбилиси Кахи Каладзе⁸⁵ состоял исключительно из текстов и изображений, иллюстрирующих их, на сегодняшний день глава грузинской столицы раз в неделю выходит в прямой эфир, где обсуждает с читателями блога нововведения и обустройство города. Опция прямых эфиров пришла в блоги именно из телевидения.

Стоит отметить и технологическую конвергенцию, к которой относятся различные технологии воздействия на аудиторию – журналистские, языковые, психологические, рекламные и PR. Поскольку блоги ведут профессиональные журналисты и медиаэксперты, а к числу целей создания блогов относится разработка/ поддержание имиджа, можно утверждать, что в данном случае используются методы воздействия на потребителя информации.

В рамках блога наблюдается также дальнейшее развитие конвергенции смыслов, в данном случае связанной непосредственно с таким понятием, как интерактивность – процесс, когда аудитория с помощью использования современных коммуникационных технологий может вносить вклад в развитие СМИ, комментируя публикации, либо становясь автором информационного повода. В отличие от традиционных СМИ, блог обеспечивает ускоренное взаимодействие между аудиторией и автором. Важно отметить, что комментарий к публикации в блоге функционирует в отношении предыдущих и последующих публикаций. Иногда публикации связаны общим информационным поводом, возникновением новых подробностей в обсуждаемой теме, а в более глобальном контексте – репрезентацией автора, ведь часто блогеры разрабатывают стратегию коммуникации с аудиторией, от текста к тексту формируя определенный

⁸⁵ Блог Кахи Каладзе: <https://www.facebook.com/kakhakaladzeofficial>

цельный образ, стереотип или мнение. То есть между текстами возникает предметно-смысловая направленность, взаимодействие, которое, в свою очередь, провоцирует акт коммуникации. Поэтому в случае смысловой конвергенции текст считается единицей медиадиалога.

Интеграция коммуникационных технологий и различных типов СМИ на всех уровнях естественным образом создала условия для жанровой унификации. Р. Праттен и Х. Дженкинс отмечают, что традиционная система жанров переживает кардинальные трансформации в медиасфере: необходимость в новых медиаформах приводит к объединению элементов подачи материала⁸⁶. Отсюда возникает теория конвергенции жанров, предполагающая, что в ходе объединения различных медиаплатформ, например, печатных и онлайн-СМИ, жанры, прежде свойственные одной определенной платформе, ассимилируются с другими.

По определению Н.А. Кузьминой, жанр представляет собой структурно-содержательную организацию текста⁸⁷. Каждый жанр обусловлен отражением действительности и отношением к ней автора. Однако на сегодняшний день происходит смешение жанров, и особенно очевиден этот процесс именно в блогосфере, поскольку в блогах нет ограничений по формату и объему публикаций, а также приветствуется творческое начало и индивидуальность автора. Исследователь Шалва Берианидзе отмечает, что развитие блогинга в Грузии привело к возрождению и трансформации литературных жанров, к примеру, путевых заметок, которые содержат в себе аудиовизуальные элементы⁸⁸. Другой пример конвергенции жанров – это блог армянской писательницы Анаит Пирузян⁸⁹, где жанр путевого очерка объединен с рецензией и заметкой. В рамках одного материала Пирузян на

⁸⁶ Jenkins, H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2006. <http://cultlook.org>

⁸⁷ Современный медиатекст: учебное пособие / отв. ред. Н.А. Кузьмина. – Омск, 2011. – 414 с.

⁸⁸ Берианидзе Ш. Литературный блогинг в современных грузинских медиа: <https://geoambebige.blogspot.com/2018/10/blog-post.html?m=1>

⁸⁹ Блог Анаит Пирузян: <https://dochkimateri.com/sections/blogs/piruzyan>

фоне описания своего путешествия дает рецензию на попробованные ею блюда, параллельно рассказывая о рецептах их приготовления.

Конвергенция жанров является важной характеристикой современного медиадискурса. Многие ученые (А.А. Тертычный⁹⁰, Е.Л. Вартанова⁹¹, А.Е. Базанова⁹², А.А. Грабельников⁹³) исследуют процессы взаимопроникновения жанровых форм, которые ведут к появлению новых жанров. Данные жанры называют интегрированными, и к ним можно отнести инфотейнмент, историктейнмент, эдютейнмент, телемедицину и другие. Таким образом, адаптируясь к современным медийным требованиям, границы журналистики становятся более размытыми, поскольку область журналистики сближается с областями рекламы и PR. И в современных СМИ, и в блогах можно обнаружить рекламные или PR-материалы, которые, впрочем, мимикрируют под журналистские произведения. В связи с этим стоит отметить такую черту блогов, как поликодовость, когда в одном тексте смешиваются различные семиотические коды – языковые и культурные, а также происходит расширение стилистических норм – к примеру, для запоминаемости публикации ее текст сознательно максимально упрощается или подается в игровой форме⁹⁴.

Другой стилеобразующей составляющей блогов, как считает О. В. Агафонова, является интертекстуальность, процесс взаимодействия текстов с образованием связей между ними, с помощью которых данные тексты или их отрывки могут ссылаться друг на друга в явной или скрытой форме – например, в виде цитации или использования коммеморатов (цитирования

⁹⁰ Тертычный А. А. Жанры периодической печати. Учебное пособие. Аспект Пресс. 2017. 330 С.

⁹¹ Вартанова Е. Л. Конвергенция как неизбежность: о роли технологического фактора в трансформации современных медиасистем. От книги до интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия. МГУ. 2000.

⁹² Базанова А. Е. Литературоведение и журналистика: использование эмоционально-экспрессивных средств в медиатекстах. Вестник РУДН. Серия: Литературоведение и журналистика. 2011. №3. С. 31-40

⁹³ Грабельников А. А. Особенности конвергентной журналистики. Вестник Университета Российской Академии образования. 2013. №3. С. 79-83

⁹⁴ Торопкина В. А. Поликодовость и гибридность современного медийного словотворчества. Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2018. №6. С. 248

известного источника без ссылки на него)⁹⁵. Интертекстуальность текста напрямую относится к генерализованным высказываниям, использование которых в блогосфере Закавказья отдельно изучается в третьей главе.

Как становится очевидно, медиаконвергенция и блогинг оказали существенное влияние на трансформацию журналистики, рекламы и PR. С одной стороны, диффузия жанров популяризирует некогда забытые формы подачи материала, а интеграция коммуникационных технологий способствует информатизации общества. С другой стороны, блогинг опасен переизбытком информации, которая не всегда бывает достоверной, тенденциозностью, формированием клише, упрощением, снижением культуры речи. Причем, как показывают современные реалии, данные риски не имеют абсолютно никакой связи с образованием блогеров. Как писал А. А. Тертычный⁹⁶, развитие рыночных отношений, технологий и глобализации ведут к снижению статуса журналистики и уровню профессионализма журналистов. В качестве примера достаточно привести Георгия Габуния, профессионального журналиста, который, используя язык вражды в своих телепрограмме и блоге, лишь обострил грузино-российские отношения на фоне протестов в Тбилиси в 2019 г.⁹⁷.

Как утверждается в отчете фонда IREX об индексе устойчивости грузинских медиа Грузии за 2017 г.⁹⁸, современной медиасфере Закавказья присущи такие черты, как стереотипность, стремление к сенсации, скандалам, то есть язык вражды. Примечательно, что на сегодняшний день власти и Армении, и Грузии обеспокоены повышением уровня агрессии в медиасреде. В 2019 г. президент Грузии Саломе Зурабишвили предложила ввести законопроект о борьбе с ненавистью и оскорблениями в социальных сетях, о важности данной инициативы говорил и председатель парламента

⁹⁵ Агафонова О. В. Диалогичность и интертекстуальность в блогах. Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2016. №2. С. 107

⁹⁶ Тертычный А. А. Публицистика в современных российских СМИ: рефлексия и практика. Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2018. №23. С. 95-102

⁹⁷ 360 ТВ. Остановка вещания, увольнения и протесты. Чем обернулись оскорбления грузинским журналистом Путина: <https://360tv.ru/news/tekst/oskorbleniya-gruzinskogo-zhurnalista/>

⁹⁸ IREX. Media Sustainability Index of Georgia 2017. P. 74

Ираклий Кобахидзе⁹⁹. В Армении о феномене языка вражды стали говорить несколько раньше, в 2014 г., когда эксперты Ереванского пресс-клуба выпустили исследование об уровне агрессии в СМИ государств Южного Кавказа¹⁰⁰, по результатам которого, элементы hate speech чаще всего проявлялись в армянских медиа в связи с внутренней политикой республики.

Безусловно, усиление агрессии в медиа влияет на социально-правовое регулирование в данной сфере, поэтому в следующем параграфе этой главы мы обратимся к изучению социально-правовой базы обеих стран по вопросу о блогинге, блогосфере, социальных сетях и интернете.

1.2. Основы социально-правового регулирования блогосферы в Грузии и Армении

В законодательстве Грузии нет ни одного документа, который бы определял и регулировал деятельность блогеров, поэтому, исследуя блогосферу Грузии, необходимо опираться, прежде всего, на Конституцию страны¹⁰¹. В частности, статья 16 «Свобода убеждений, вероисповеданий и совести» гласит, что никто не вправе преследовать человека из-за его убеждений или принуждать его отказаться от них. Дополняет ее статья 17 «Право на свободу мнения, информации, СМИ и интернета», охраняющая свободу мнения. Согласно данной статье, у каждого человека есть право на свободный доступ к информации, ее создание и распространение, также право на свободный доступ и пользование интернетом.

⁹⁹ Sputnik-Грузия. Девдариани: Грузии необходимо бороться с fake-news: <https://sputnik-georgia.ru/radio/20190114/243887564/Devdariani-v-Gruzii-neobkhodimo-borotsya-s-fake-news.html>

¹⁰⁰ Еркрас. Язык вражды в Армении применяется в основном в связи с внутренней политикой: <https://yerkras.org/article/84905/yazyk-vrazhdy-v-armenii-primenyaetsya-v-osnovnom-v-svyazi-s-vnutrennej-politikoj>

¹⁰¹ Законодательный вестник Грузии. Конституция Республики Грузия: <https://matsne.gov.ge/ru/document/view/30346?publication=36>

Касается блогосферы и статья 18 Конституции Грузии, которая признает доступность публичной информации за исключением коммерческой, профессиональной или государственной тайны¹⁰².

Статья 20 «Свобода творчества, культурное наследие» обеспечивает права граждан на интеллектуальную собственность и свободу творческого процесса. Данная статья также запрещает вмешательство в творческую деятельность человека, только если она не ущемляет права других лиц. Запрещена статья 20 и цензура¹⁰³.

Так как статьи 16, 17 и 20 Конституции Грузии провозглашают свободу мнения и недопустимость цензуры, в современной грузинской медиасфере трудно доказать факт клеветы. Прежде в Уголовном кодексе Грузии существовала статья 133 «О клевете»¹⁰⁴, однако в 2004 г. ее решили упразднить. Как указывает Д. Лорткипанидзе, грузинские власти аргументировали это решение тем, что статья вредила свободе слова, позволяя преследовать журналистов за оппозиционные взгляды¹⁰⁵.

Так, в 2004 г. Грузия стала первой страной Кавказского региона, где была декриминализована клевета. В том же 2004 г. был принят новый закон – «О свободе слова и выражения»¹⁰⁶. С одной стороны, данный закон является достижением с точки зрения демократии, так как, во-первых, провозглашает абсолютную свободу слова, а во-вторых, признает свободу выражения мнения самым важным конституционным правом, которое должно защищать законодательство Грузии. При этом закон предусматривает, что политики и общественные деятели должны получать критику в свой адрес, поскольку они несут ответственность за принятые решения перед народом.

¹⁰² Законодательный вестник Грузии. Конституция Республики Грузия: <https://matsne.gov.ge/ru/document/view/30346?publication=36>

¹⁰³ Законодательный вестник Грузии. Конституция Республики Грузия: <https://matsne.gov.ge/ru/document/view/30346?publication=36>

¹⁰⁴ Sputnik-Грузия. Станет ли клевета уголовным преступлением в Грузии: <https://sputnik-georgia.ru/reviews/20190418/244973749/Stanet-li-kleveta-ugolovnym-prestupleniem-v-Gruzii.html>

¹⁰⁵ Sputnik-Грузия. Лорткипанидзе: клевета в Грузии должна стать уголовно наказуемой: <https://sputnik-georgia.ru/radio/20190417/244970144/Lortkipanidze-kleveta-v-Gruzii-dolzha-stat-ugolovno-nakazuemoy.html>

¹⁰⁶ Закон Грузии «О свободе слова и выражения»: <https://matsne.gov.ge/ru/document/download/33208/1/ru/pdf>

Однако, как отмечает Д. Лорткипанидзе, данный закон предоставляет лазейки для того, чтобы легко оклеветать и оскорбить человека¹⁰⁷. Дело в том, что формально любой человек имеет право обратиться в суд по делу о нарушении чести и достоинства, но доказать факт клеветы будет сложно, поскольку его можно выдать за личное мнение, которое, согласно статье 4 «Закона о свободе слова и выражения» является «абсолютной привилегией»¹⁰⁸. К тому же по закону, согласно статье 7¹⁰⁹, если доступ к информации был запрещен в связи с сомнениями, которые не могут быть доказаны значит, его необходимо открыть снова.

Помимо Закона «О свободе слова и выражения», в 2004 г. был принят Закон «О вещании»¹¹⁰, согласно которому Национальная комиссия Грузии по коммуникациям должна была разработать Кодекс этики, который регулировал бы поведение журналистов и представителей СМИ, а также предусматривал бы варианты борьбы с клеветой, поскольку закон о клевете утратил силу. Однако, во-первых, документ был принят лишь четыре года спустя. Во-вторых, Кодекс этики предполагает, что любой гражданин может обратиться с заявкой о необходимости опровержения неточных данных в течение десяти дней со дня выхода информации, но не в комиссию по коммуникациям, а непосредственно к самому вещателю или издателю. На апелляцию решения вещателя предоставлялось семь дней¹¹¹.

В 2005 г. в Грузии был создан Совет по СМИ, куда вошли девять национальных и 11 региональных СМИ, неправительственные организации и отдельные журналисты¹¹². Совет по СМИ должен был разработать стандарты этики для СМИ, контролировать их соблюдение и рассматривать жалобы о клевете, распространении неточных сведений и оскорблений. Однако Совет

¹⁰⁷ Радио Sputnik. Выпуск от 17.04.2019: <https://sputnik-georgia.ru/radio/20190417/>

¹⁰⁸ Законодательный вестник Грузии. Закон о свободе слова и выражения: <https://matsne.gov.ge/ru/document/view/33208?publication=5>

¹⁰⁹ Законодательный вестник Грузии. Закон о свободе слова и выражения. Стандарт и бремя доказывания: <https://matsne.gov.ge/ru/document/view/33208?publication=5>

¹¹⁰ Законодательный вестник Грузии. Закон «О вещании»: <https://matsne.gov.ge/ru/document/view/32866>

¹¹¹ Медиа-ландшафты стран Восточного партнерства. Ереванский пресс-клуб. 2011. С. 74

¹¹² Квеситадзе. Э. Грузинские СМИ: новые вызовы и возможности: <https://www.osce.org/files/f/documents/a/9/19478.pdf>

рассмотрел всего шесть жалоб, после чего был закрыт в связи с неэффективностью: у организации не было финансирования, СМИ, вошедшие в состав Совета, нерегулярно платили членские взносы, к тому же за год функционирования учредители Совета не смогли установить единые этические стандарты в сфере медиа.

В качестве альтернативы Совету СМИ в том же 2005 г. был основан Совет по прессе¹¹³, но на данный момент не действует и он.

По мнению Д. Лорткипанидзе, непродуманность закона «О свободе слова и выражения» способствует увеличению возможности оклеветать публичного человека в интернете и социальных сетях¹¹⁴. В случае, если причиной судебных разбирательств становится клевета, опубликованная журналистом, в роли ответчика выступает владелец издания. Получается, журналист не несет полной ответственности за распространение ложной и порочащей информации. Урегулировать данный вопрос не может даже Хартия журналистской этики, принятая Институтом гражданского общества Грузии в 2009 г.¹¹⁵, хотя именно она является основным документом, устанавливающим этические нормы, распространяющиеся на всю медиасферу страны.

Согласно Хартии, грузинские журналисты должны руководствоваться 11 принципами этики:

- уважать право общества на получение достоверной информации;
- не высказывать мнение против собственной совести;
- сообщать информацию, основываясь только на фактах, не скрывая или фальсифицируя факты, документы и информацию;
- использовать исключительно честные методы при сборе информации;
- не разглашать конфиденциальные источники;

¹¹³ Медиа-ландшафты стран Восточного партнерства. Ереванский пресс-клуб. 2011. С. 75

¹¹⁴ Sputnik-Грузия. Лорткипанидзе: клевета в Грузии должна стать уголовно наказуемой: <https://sputnik-georgia.ru/radio/20190417/244970144/Lortkipanidze-kleveta-v-Gruzii-dolzha-stat-ugolovno-nakazuemoy.html>

¹¹⁵ The Georgian Charter of Journalistic Ethics: <https://www.qartia.ge/en/about-us>

- избегать дискриминации по гендерному, расовому, языковому, религиозному, национальному, социальному или политическому фактору, а также по любым другим признакам;

- защищать интересы детей, в связи с чем запрещено интервьюировать и фотографировать лиц, не достигших 16 лет, без согласия родителей или опекунов;

- проводить различие между редакционным материалом и рекламой;

- уважать неприкосновенность частной жизни;

- понимать, что умышленное искажение информации, получение взятки, подарков или любого другого поощрения в обмен на изменение информации, а также плагиат являются профессиональными преступлениями¹¹⁶.

Жалобы в связи с нарушением данных принципов рассматриваются в Ассоциации Хартии журналистской этики. Но если жалоба поступает на сотрудника СМИ, который является менеджером, а не журналистом, на него не распространяется влияние Хартии журналистской этики Грузии. Точно так же влияние Хартии не касается блогера, который не является журналистом. Так, например, депутат парламента Грузии Гугули Маградзе подала жалобу на генерального директора телеканала «Рустави-2» Нику Гварамию в связи с его заявлением, что благодаря переходу из одной политической партии в другую Маградзе улучшила свое благосостояние. Однако Хартия этики отказалась рассматривать жалобу, поскольку Гварамия занимает должность директора, а не журналиста¹¹⁷.

Тем временем высказывание Гварамии попало в Facebook и стало темой для обсуждения в блогах. Как сообщила Маградзе, Facebook способствовал росту агрессии против нее, так как многие комментировали публикации о ней анонимно, поэтому злоупотребляли сквернословием. В

¹¹⁶ Principles of the Charter of Journalistic Ethics: <https://www.qartia.ge/en/charter/article/38674-principles-of-charter>

¹¹⁷ Sputnik-Грузия. Не врать и не материться! В Грузии обсуждают возможность наказания за мат и клевету: <https://sputnik-georgia.ru/reviews/20190418/244973749/Stanet-li-kleveta-ugolovnym-prestupleniem-v-Gruzii.html>

связи с этим в 2017 г. Маградзе выступала с инициативой запретить сквернословие в СМИ и публичных местах, однако ее инициатива не была одобрена.

Как было отмечено ранее, в 2019 г. президент Грузии Саломе Зурабишвили предложила парламенту обсудить возможность принятия закона о запрете клеветы, а также оскорблений в СМИ и социальных сетях, однако законопроект не был внесен в парламент¹¹⁸. По мнению Зурабишвили, в грузинских медиа распространен язык вражды, который проявляется в виде публичных оскорблений, поскольку законодательство Грузии не предусматривает взысканий по этому поводу в связи с существованием Закона «О свободе слова и выражения».

Что касается Хартии журналистской этики, ее деятельность носит рекомендательный характер, поэтому в случае высказывания жалоб о публичном оскорблении, Ассоциация хартии обычно советует издателю или вещателю провести внутриведомственное расследование. Таким образом, журналист и ведущий телеканала «Рустави-2» Георгий Габуния после оскорбления в адрес президента РФ Владимира Путина в прямом эфире программы «P.S.» был всего лишь отстранен от работы на два месяца, несмотря на то, 8 июля 2019 года у здания телеканала прошел городской митинг с требованием уволить журналиста, позволившего себе нецензурную лексику в эфире¹¹⁹.

Согласно отчету «О свободе интернета» за 2019 г., опубликованному международной правозащитной организацией Freedom House¹²⁰, Грузия набрала 75 баллов из 100 по шкале «Индекс свободы интернета». Показатель от 70 до 100 баллов означает максимальную свободу интернета, поэтому интернет в Грузии считается свободным. Однако составители доклада

¹¹⁸ Sputnik-Грузия. В Грузии могут начать бороться с клеветой на уровне закона: <https://sputnik-georgia.ru/politics/20190112/243861408/V-Gruzii-mogut-nachat-borotsya-s-klevetoy-na-urovne-zakona.html>

¹¹⁹ Sputnik-Грузия. Скандально известный ведущий «Рустави 2» Габуния сохранит работу: <https://sputnik-georgia.ru/politics/20190719/246001541/Skandalno-izvestnyy-veduschiy-Rustavi-2-Gabuniya-sokhranit-rabotu.html>

¹²⁰ Грузия Online. Грузия в докладе Freedom House о свободе интернета: <https://www.apsny.ge/2019/pol/1573090505.php>

подчеркивают, что вместе с тем в грузинском сегменте социальных сетей вырос уровень троллинга и дезинформации, особенно в период президентских выборов 2018 г. и после их окончания. Основным объектом троллинга была Саломе Зурабишвили. Между тем, как отмечают авторы исследования, власти Грузии защищают право граждан на создание и распространение информации через интернет. Интернет в Грузии всегда был свободен от государственного контроля, не считая периода Вооруженного конфликта в Южной Осетии 2008 г., когда были введены временные ограничения доступа к интернету.

Схожая ситуация наблюдается в Армении, набравшей в рейтинге Freedom House 76 баллов¹²¹. Обе страны вошли в первую десятку списка. Армения так же считается страной со свободным интернетом. Как пишет Л.А. Саргизов, в Армении в принципе отсутствует правовая база, регулирующая интернет-отношения¹²². Закон «Об электронной связи», принятый в 2005 г.¹²³, определяет правила обмена интернет-трафиком и нормы обеспечения здоровой конкуренции в сфере телекоммуникаций. Однако, как подчеркивает М. Акобян, данный закон не регулирует отношения в сфере распространения массовой информации, ограничиваясь лишь техническими аспектами¹²⁴.

Деятельность медиа в Армении регулируется Конституцией, в частности, статьей 27, которая провозглашает свободу слова, свободу СМИ, а также свободу поиска, получения и распространения сведений и идей через любые СМИ, независимо от государственных границ¹²⁵. Последний пункт подразумевает, что данная статья распространяется и на блогосферу, ведь, как и в Грузии, в Армении нет определений блогинга и статуса блогера на

¹²¹ NewsArmRu. Freedom House: «Интернет в Армении свободен»:

http://newsarmru.com/news/freedom_house_internet_v_armenii_svobodnen/2019-11-05-2168

¹²² Саргизов Л. А. «Правовое регулирование и проблемы рекламы, распространяемой с помощью мобильной телефонной связи». «Датакан ишханутюн», N 3-4 (189-190). Ереван. 2015, С. 22

¹²³ Законодательство стран СНГ. Закон Республики Армения «Об электронной связи»:

https://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=52391

¹²⁴ Акобян М. Обзор законодательства Республики Армения: СМИ: <https://digital.report/zakonodatelstvo-armenii-smi/>

¹²⁵ Конституция Республики Армения: https://www.gov.am/u_files/file/Constitution/Constitution-nor.pdf

законодательном уровне. Важно отметить и статью 26, гарантирующую гражданам Армении право на свободу мысли, а также статью 40, обеспечивающую свободу литературного, художественного, научного и технического творчества.

Как и в Грузии, в Армении с 2010 г. декриминализован закон о клевете, однако статья 23 Конституции РА провозглашает право гражданина на исправление недостоверных сведений о нем, в судебном порядке в том числе¹²⁶. Запрещена в Армении и цензура, согласно закону «О средствах массовой информации», принятому в 2004 г. Как отмечает Л. Киракосян, данный закон является устаревшим, поскольку ориентируется в основном на печать, и нуждается в доработке¹²⁷.

Статья 2 закона «О СМИ» запрещает цензуру, дополняет ее статья 3, провозглашающая принципы равенства, плюрализма, гласности, демократии и свободы мысли; при этом в статье 6 присутствует следующая формулировка: «недопустимость злоупотребления свободой слова»¹²⁸. Согласно данной статье, в Армении запрещена информация, пропагандирующая или призывающая к войне и насилию, но помимо этого, к злоупотреблению свободой слова относится публикация ложных и непроверенных данных. Дополняет данную статью принятый в 2003 г. Закон «О свободе информации», статья 8 которого запрещает публикацию сведений, обусловленных профессиональной деятельностью или нарушающих тайну переписки и телефонных переговоров человека¹²⁹. В отличие от Грузии, по данным Freedom House, язык вражды не так сильно распространен в медиапространстве Армении¹³⁰.

¹²⁶ Правительство Республики Армения. Текст Конституции РА: <https://www.gov.am/ru/>

¹²⁷ Киракосян Л. Право на информацию и демократия: http://www.concourt.am/armenian/con_right/3.21-2003/Kirakossian.htm

¹²⁸ Законодательство стран СНГ. Закон Республики Армения «О средствах массовой информации»: https://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=7113

¹²⁹ Законодательство стран СНГ. Закон Республики Армения «О свободе информации»: https://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=7112

¹³⁰ Freedom House. Armenia-2019: <https://freedomhouse.org/country/armenia/freedom-world/2019>

В Армении, как и в Грузии, существует организация, регулирующая вопросы этики в медиапространстве. Это профессиональное объединение армянских журналистов «Ереванский пресс-клуб»¹³¹, созданное в 1995 г. Однако, в отличие от Ассоциации хартии этики журналистов Грузии, данная организация не просто рассматривает жалобы по нарушению вопросов этики в СМИ, но проводит социологические исследования по мониторингу государственных выборов на территории Армении и способствует совершенствованию законодательной базы СМИ РА. При Ереванском пресс-клубе работает экспертная группа, которая сотрудничает с Комитетом по защите свободы слова в Армении. Данные организации совместно разрабатывают законопроекты в сфере медиа. Таким образом, в 2019 г. Ереванский пресс-клуб представил Национальному Собранию РА обновленный вариант закона «О телевидении и радио»¹³².

Помимо этого, в 2007 г. Ереванский пресс-клуб инициировал создание Наблюдательного совета по этике СМИ, куда вошли 14 человек - руководители крупных армянских СМИ и медиаэксперты. 10 марта 2007 г. члены совета представили Кодекс поведения представителей СМИ Армении¹³³, провозглашающий следующие принципы:

- достоверность и беспристрастность;
- честность;
- уважение частной жизни и общечеловеческих ценностей;
- редакционная независимость СМИ.

Интересно сравнить и механизм регулирования авторских прав касательно блогосферы в Армении и Грузии. Статья 3 грузинского Закона «Об авторских и смежных правах» определяет произведения литературы и искусства как объекты авторского права¹³⁴. Если учесть, что Ш. Берианидзе

¹³¹ Ереванский пресс-клуб: <https://ypc.am>

¹³² Ереванский пресс-клуб. Приняты поправки в закон РА «О телевидении и радио» относительно деятельности СМИ в период выборов: <https://ypc.am/ru/35931/>

¹³³ Кодекс поведения представителей СМИ Армении: <https://ypc.am/ru/35908/>

¹³⁴ Законодательный вестник Грузии. Закон «Об авторских и смежных правах»: <https://matsne.gov.ge/ru/document/view/16198>

выделяет такое направление блогосферы, как литературный блогинг¹³⁵, а статья 4 Закона гарантирует защиту любым оригинальным аудиовизуальным произведениям, можно утверждать, что данный закон распространяется и на блогосферу.

Армянский закон «Об авторском праве и смежных правах» схож с грузинским. В отношении медиатекстов можно опираться статью 3, которая признает объектом авторского права любой оригинальный результат творческого труда, осуществленного самостоятельно, либо совместно, включая электронную форму и аудиовизуальные материалы. Исключением являются лишь новости о текущих событиях и фактах¹³⁶.

Что касается нормативно-правовой базы в рекламной сфере, то ни в грузинском, ни в армянском Законе «О рекламе»¹³⁷ нет отдельной статьи или пункта, регулирующего рекламу в блогосфере или в интернете в целом. По данным отчета фонда «Transparency», основной поток рекламы в Грузии приходится на телевидение и радио, поскольку, во-первых, население страны выбирает телевидение как основной источник информации, а во-вторых, проникновение интернета в Грузии до 2014 г. распространялось на крупные города: Тбилиси, Кутаиси, Батуми¹³⁸.

В Армении же, как отмечается в докладе фонда «Open Society», вопросы интернет-специфики проработаны слабо¹³⁹. Однако можно предположить, что недоработанность закона «О рекламе» Армении в области интернет-рекламы, в частности, блогинга связана с ограниченностью возможностей монетизации. Грузия, например, включена в партнерскую программу видеохостинга YouTube, позволяющую коммерческое использование блогов, в результате чего на сегодняшний день в YouTube

¹³⁵ Берианидзе Ш. Литературный блогинг в современных грузинских медиа: <https://geoambebige.blogspot.com/2018/10/blog-post.html?m=1>

¹³⁶ Агентство интеллектуальной собственности Республики Армения. Закон Республики Армения «Об авторском праве и смежных правах»: <https://www.aipa.am/ru/Copyrightlaw/>

¹³⁷ Парламент Республики Армения. Текст закона «О рекламе»: <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=1707&lang=rus>

¹³⁸ Фонд Transparency.ge. Исследование «Кому принадлежат медиа Грузии?»: <https://www.transparency.ge/en/post/report/who-owns-georgia-s-media>

¹³⁹ Карта цифровых СМИ: Армения. Отчет фонда «Открытое общество». 2013. С. 76.

зарегистрированы 250 грузинских блогов с охватом аудитории от 25 тыс. подписчиков до 3,7 млн., согласно рейтингу Social Blade¹⁴⁰. Данные о доходах грузинского сегмента YouTube, впрочем, отсутствуют.

Армении рынок монетизации YouTube до сих пор остается недоступен. Страна не включена в партнерскую программу хостинга, из-за чего рекламодатели не могут настраивать таргетинг на территории Армении¹⁴¹. По мнению блогеров республики, данный фактор снижает мотивацию местных блогеров развивать свои аккаунты и создавать уникальный контент. Как считает блогер Imicca, Армению не включают в программу монетизации из-за низкого показателя численности населения (3 млн. чел.)¹⁴². Армянский сегмент YouTube представлен в основном аккаунтами с охватом аудитории в 50-100 тыс. чел. Другой проблемой является то, что доходы, полученные с каналов YouTube, невозможно обналичить в местных банках. Не зарегистрирована Армения и в платежной системе PayPal¹⁴³. Армянским предпринимателям приходится регистрировать свои компании за рубежом, чтобы получить возможность зарабатывать онлайн, что также несет ущерб бюджету РА.

В 2019 г. блогеры Армении опубликовали на портале «Change.org» петицию для включения страны в монетизационную программу¹⁴⁴. В марте 2019 г. на проблему обратил внимание министр транспорта, связи и информационных технологий Армении Акоб Аршакян¹⁴⁵. При министерстве была создана рабочая группа, работающая по следующим направлениям:

- официальные письма, направленные в YouTube и Google;

¹⁴⁰ TOP 100 Youtubers in Georgia Sorted by SB Rank: <https://socialblade.com/youtube/top/country/ge>

¹⁴¹ EcoCnn. YouTube Monetization Countries List 2021: <https://ecocnn.com/youtube-monetization-countries-list/>

¹⁴² YouTube Help. Can YouTube or Google Add Armenia to Monetized Markets: <https://support.google.com/youtube/thread/1477913?hl=en>

¹⁴³ Digital Report. Армянские пользователи голосуют за приход PayPal в страну: <https://digital.report/armenia-paypal/>

¹⁴⁴ Change.org. YouTube to Add Armenia in Monetization Programme: <https://www.change.org/p/youtube-llc-youtube-to-add-armenia-in-monetization-programme>

¹⁴⁵ Sputnik-Армения. Армения в онлайн. Почему делами YouTube-геймеров занялся министр: <https://ru.armeniasputnik.am/columnists/20190615/19128019/Armeniya-v-onalayn-e-pochemu-delami-YouTube-geymero-v-zanyalsya-ministr.html>

- обсуждение определения топонимов с Google Maps: дело в том, что так как Армения и Азербайджан до сих пор не урегулировали вопрос государственной принадлежности Нагорного Карабаха, на картах Google приводятся названия провинции как азербайджанской латиницей, так и армянским шрифтом. Тем временем вопрос локализации является одной из ключевых причин отсутствия Армении в монетизационной программе YouTube;

- обсуждение регистрации Армении в международных платежных системах;

- разработка возможных реформ в налоговом кодексе РА. Чтобы армянские предприниматели не регистрировали компании за границей, в кодексе необходимы изменения, касающиеся микробизнеса, освобождающие от налога развивающийся онлайн-бизнес.

На данный момент интернет-рекламу в Армении и Грузии регулируют законы «О рекламе». Грузинская версия закона запрещает рекламу оружия, лекарственных средств, выдаваемых лишь по рецепту врача, рекламу с элементами порнографии, а также рекламу, провоцирующую расовую, этническую или религиозную рознь, либо пропагандирующую войну¹⁴⁶. Данные ограничения распространяются на все формы рекламы, онлайн в том числе. Реклама табачных изделий обязательно должна сопровождаться информацией о вреде курения, а реклама алкоголя не должна создавать впечатление, что употребление спиртных напитков способствует улучшению собственного статуса в глазах общества или психофизического состояния.

На сегодняшний день парламент Грузии обсуждает поправки к закону - в частности, запрет на рекламу азартных игр по телевидению, радио и особенно в интернете, где реклама казино публикуется чаще всего. Дело в том, что по данным Национального агентства статистики Грузии, в стране высокий уровень лудомании. В 2018 г. население потратило на казино

¹⁴⁶ Законодательный вестник Грузии. Закон «О рекламе»: <https://matsne.gov.ge/ru/document/view/31840>

больше денег, чем на продукты питания¹⁴⁷. Согласно отчету Центра по изучению и мониторингу прав человека, каждый пятый гражданин Грузии является игроком¹⁴⁸. По данным Центра исследования азартных игр и превенции лудомании Грузии, 48% из них – школьники, которые видят рекламу азартных игр преимущественно в социальных сетях¹⁴⁹.

Реклама в Грузии допустима лишь на государственном языке, причем товарный знак, зарегистрированный на другом языке, должен быть переведен на грузинский в порядке транслитерации¹⁵⁰. Так власти страны борются за чистоту языка. Примечательно, что в данном вопросе законодательство в сфере рекламы Армении и Грузии абсолютно совпадает. Большое внимание сохранению государственного языка уделяет и армянский закон «О рекламе». Согласно статье 5, реклама в Армении должна быть опубликована только на литературном армянском языке. Реклама на иностранном языке запрещена, правда, при необходимости рекламу могут сопровождать иностранные субтитры, но площадь их изложения не должна превышать армянский текст¹⁵¹. Точно так же в Грузии рекламный текст на государственном языке по величине должен быть больше, чем на иностранном¹⁵².

Закон РА «О рекламе» запрещает побуждения к насилию и панике, оскорбления в отношении расы, национальности, возраста, профессии, социального статуса и религии. Статья 9 рассматривает электронные СМИ, но так как Закон «О рекламе» был принят в 1996 г., она больше

¹⁴⁷ Sputnik-Грузия. Зачем еда, когда есть казино – на что тратят деньги граждане Грузии: <https://sputnik-georgia.ru/economy/20180607/240781610/Zachem-eda-kogda-est-kazino-na-chto-tratjat-dengi-grazhdane-Gruzii.html>

¹⁴⁸ Sputnik-Грузия. Пресс-конференция: как решить проблему игромании в Грузии? <https://sputnik-georgia.ru/pressclub/20200225/247810418/Press-konferentsiya-na-temu-Kak-reshit-problemu-igromanii-v-Gruzii.html>

¹⁴⁹ Sputnik-Грузия. Школьники в Тбилиси увлекаются азартными играми – исследование: <https://sputnik-georgia.ru/georgia/20190415/244947078/shkolniki-v-tbilisi-uvlekaются-azartnymi-igrami--issledovanie.html>

¹⁵⁰ Тбилисская неделя. Согласно действующему закону «О рекламе», в Грузии все надписи на вывесках должны быть на грузинском языке: <https://tbilisi.media/main/70988-soglasno-dejstvuyushhemu-zakonu-o-reklame-v-gruzii-vse-nadpisi-na-vyveskah-dolzhen-byt-na-gruzinskom-yazyke/>

¹⁵¹ Парламент Армении. Общие и специальные требования к рекламе: <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=1707&lang=rus>

¹⁵² Sputnik-Грузия. Мэри Тбилиси начинает борьбу против нарушителей закона «О рекламе»: <https://sputnik-georgia.ru/Tbilisi/20180228/239487593/meriya-tbilisi-nachinaet-borbu-protiv-narushitelej-zakona-o-reklame.html>

подразумевает телевидение и радио. Специфические пункты, касающиеся интернет-рекламы, в статье 9 отсутствуют.

Не менее интересной является статья 8 Закона, которая называется «Пристойность рекламы». Согласно данной статье, реклама в Армении должна соответствовать национальным нормам морали. Статья 8 наглядно демонстрирует, что в связи с небольшой численностью населения и высоким процентом миграции власти Армении пытаются сохранить национальную самобытность и идентичность даже на законодательном уровне. В Армении существует даже Всеармянская Ассоциация СМИ¹⁵³. Это специальная информационная структура, нацеленная объединить все СМИ на армянском языке. В рамки деятельности Ассоциации входит создание единой электронной базы СМИ, публикуемых на армянском языке, либо рассказывающих об Армении независимо от их местонахождения. Блоги тоже включены в базу данных, и существование подобных организаций доказывает важность такого направления, как медиакультура, речь о которой и пойдет в следующем разделе.

1.3. Роль блогосферы Армении и Грузии в формировании медиакультуры Закавказья

В своей книге «Медиакультура: от модерна к постмодерну» Н.Б. Кириллова относит к элементам медиакультуры средства, являющиеся феноменами технического прогресса, а именно: электронную связь и интернет¹⁵⁴. Следовательно, блогосферу тоже можно рассматривать как часть медиакультуры.

Однако для начала стоит дать определение самому понятию «культура». Как считает Н.Б. Кириллова, культура – это мир, необходимый для существования личности, поскольку потребности личности носят не

¹⁵³ Фонд «Хайазг». О Всеармянской ассоциации СМИ: <https://clck.ru/Ti48B>

¹⁵⁴ Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М.: Академический проект. 2005. С. 243

только биологические, но и социальные, а также интеллектуальные мотивы¹⁵⁵. Согласно энциклопедии культурологии XX века, личность стремится к созиданию¹⁵⁶. Личности необходимо общение. А значит, культура – это понятие коллективное, некий свод правил сосуществования группы личностей, так как возникает и формируется он благодаря коммуникации.

Такого же мнения придерживался Ю. М. Лотман, считавший, что культура – это баланс языка словесного и языка изобразительного: один человек отправляет сообщение, а дальше начинается процесс восприятия данного сообщения одним собеседником или группой людей¹⁵⁷. И как раз восприятие является одним из важнейших факторов формирования культуры, потому что через призму собственного восприятия у человека складывается отношение к какому-либо явлению.

По культурологической теории, каждая эпоха порождает свои формы культуры. Так, на сегодняшний день распространено следующее понятие – «медиакультура». Н. Б. Кириллова в одноименной книге ссылается на идеи П. Вирильо и Ж. Бодрийяра, определявших медиакультуру как область культуры, которая передает динамические образы способами записи и передачи изображения или звука¹⁵⁸. П. Бурдьё же считал, что медиакультура – это символическая матрица определенного поведения и типа мышления¹⁵⁹. Обобщая данные определения, Н.Б. Кириллова считает, что медиакультура – это особый тип культуры информационного общества, совокупность ценностей, присущая именно информационному обществу, то есть культура передачи информации и культура ее восприятия. Последний тезис наиболее релевантен для данного исследования, поскольку объектом анализа является медиакультура конкретного региона, характеризующегося собственным

¹⁵⁵ Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М.: Академический проект. 2005. С.7

¹⁵⁶ Культурология. XX век. Энциклопедия, том 1. Университетская книга. 1998. С. 336

¹⁵⁷ Лотман Ю. М. Об искусстве. Искусство. 1998. С. 653

¹⁵⁸ Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. Академический проект. 2005. С. 14

¹⁵⁹ Бурдьё П. Социология политики. Socio-Logos. 1993. С. 5

набором ценностей, который, в свою очередь, влияет на восприятие информации.

Информационное общество – это общество, для которого присуще увеличение степени важности информации и знаний, поскольку основную нишу труда занимает производство и реализация информации, а также высокий уровень информатизации социума, создание глобального информационного пространства. Блогосфера является составляющей этого пространства, и глобализация и коммерциализация в сфере медиа несут в себе определенный вред: текст становится товаром потребления, и особенно это заметно именно в блогах, где часто используется скрытая реклама, иногда наносящая ущерб качеству контента.

Медиакультура изучает влияние коммерциализации на уровень культуры. Известно, что Instagram в целях борьбы со скрытой рекламой обязывает известных блогеров уведомлять подписчиков, какой материал является рекламным, с помощью специальной метки «Спонсор публикации». Уже исходя из этого нововведения, можно утверждать, что блог – это экономический объект, зависящий от спроса. Спрос проявляется в количестве подписчиков и уровне охвата аудитории, и популярные блоги далеко не всегда оказываются информативными и качественными. Например, на литературный блог Тинатин Мжаванадзе «Тинатин Диас», где рассказывается о культуре Грузии, подписаны 13 942 чел. (по состоянию на январь 2020 г.)¹⁶⁰. В то же время менее информативный блог журналиста Маники Асатиани, где в основном публикуются фотографии-иллюстрации к рекламным кампаниям брендов «Nescafe» и «Herbal Essences»¹⁶¹, собирает аудиторию в 114 тыс. чел. (по состоянию на январь 2020 г.). Сравнивая два данных блога, можно заметить, что в отличие от Маники Асатиани, Тинатин Мжаванадзе не руководствуется принципами SMM при ведении своего аккаунта: например, не использует иллюстрации, хэштеги, ключевые слова

¹⁶⁰ Блог Тинатин Диас: <https://www.facebook.com/tinatin.dias>

¹⁶¹ Блог Маники Асатиани: https://www.instagram.com/manika_asatiani/

или опцию «Stories». Автор сосредоточен лишь на тексте, причем основным форматом является лонгрид. Пренебрежение правилами маркетинга в социальных сетях влияет на количество подписчиков (к слову, сам факт существования данного вида маркетинга свидетельствует о коммерциализации медиа). Очевидно, что для блога характерен такой рыночный и культурологический аспект, как массовость.

Массовость обеспечивается глобализацией, как писал М. Макклюэн, поскольку с помощью новых технологий мир превращается в «глобальную деревню», ведь благодаря оперативности медиа сообщение можно получить за долю секунды независимо от расстояний и государственных границ. По мнению Макклюэна, глобализация медиа, в свою очередь, порождает хаотичность, избыточность информации, которые тоже являются негативными факторами¹⁶². Однако В. Беньямин полагал, что массовость и глобализация не всегда ведут к снижению уровня культуры, а наоборот, во многих случаях помогают популяризировать культурные явления¹⁶³. И здесь в качестве примера можно привести цифровизацию Парламентской библиотеки Грузии или акции в социальных сетях, посвященные премии «Аврора», присуждаемой общественным деятелям, которые внесли свой вклад в спасение человеческих жизней.

Данная премия была создана в Армении, в память о геноциде, и одним из ее направлений является проект «Ararat Challenge» - краудфандинговая площадка, собирающая средства для гуманитарной помощи по всему миру¹⁶⁴. Создатели площадки отказались от затрат на традиционную рекламу и вместо этого объявили флешмоб среди блогеров под хэштегом #AraratChallenge. В рамках данной акции блогеры должны были записать видео с речью в знак поддержки проекта и выложить его на своей странице. В результате в кампании приняли участие 2035 человек из 25 стран, среди них Гарик Мартиросян, Константин Хабенский, Рубен Варданян и др.

¹⁶² Макклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. Канон-пресс-Ц. 2003.

¹⁶³ Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе. 1996.

¹⁶⁴ Сайт премии Ararat Challenge: <https://araratchallenge.com/en>

Данный проект наглядно показывает, как блог благодаря факторам глобализации и массовости доносит до социума идеи гуманизма – по состоянию на декабрь 2019 г., площадка собрала 77 тыс. долларов.

Пример «Ararat Challenge» также доказывает, что блогинг – это неотъемлемая часть медиакультуры, так как, согласно теории З. Фрейда, на которую ссылается Н.Б. Кириллова для массовой культуры типичен «механизм эмоционального заражения», когда на волне общего интереса, под воздействием слов личностей, которые считаются авторитетными, индивиду хочется стать частью коллектива, повторять действия группы, отказываясь от своей индивидуальной обособленности¹⁶⁵.

Подобно традиционным СМИ, являющимся частью медиакультуры, блоги также выполняют такую функцию, как производство культурных кодов. Убедиться в этом можно на примере вышеупомянутого проекта «Ararat Challenge». Одним названием платформа демонстрирует, что гора Арарат является культурным символом Армении. Другой пример – официальный блог мэрии города Тбилиси «Tbilisi City Hall»¹⁶⁶. PR-департамент мэрии совместно с департаментом туризма разработали несколько имиджевых концепций для привлечения туристов через социальные сети: «Тбилиси – город, который любит вас» и «Город, наполненный любовью».

В конце 2019 г. блог мэрии опубликовал материалы, рассказывающие о подготовке к городскому новогоднему фестивалю. Видеоролики были сняты в формате сторителлинга, и все их объединяла концепция – «Город, наполненный историями». Таким образом, благодаря сторителлингу мэрия отчиталась о работе городских служб не через стандартные инфографики, а через рождественские истории: о том, как пожарные заботятся о состоянии иллюминации по всему городу, работники метро стремятся, чтобы пассажиры метрополитена с комфортом добрались домой, к празднику,

¹⁶⁵ Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. Академический проект. 2005. С. 79

¹⁶⁶ Блог мэрии Тбилиси «Tbilisi City Hall»: <https://www.facebook.com/CityHallofTbilisi/>

почтальоны доставляют открытки и т.п. Аудитория блога при этом тоже могла поделиться своей историей, связанной с празднованием Нового Года в Тбилиси, опубликовав либо текст в своем блоге под соответствующим хэштегом, либо фотографию, сделанную на фестивале. Данный блог, во-первых, также соответствует гипотезе З. Фрейда о том, что массовая культура может создавать настроение для большой аудитории, тем самым объединяя ее и предоставляя возможность отвлечься от проблем повседневности. Во-вторых, в блоге «Tbilisi City Hall» налицо использование эмоциональных факторов и персонификации, и все это свидетельствует об усложнении подачи информации и социальных связей, о чем как раз писал М. Макклуюн.

Важно также отметить, что блогинг выполняет все функции, свойственные объектам медиаккультуры, а именно:

- информативная функция;
- коммуникативная функция;
- нормативная функция, отвечающая за процесс социализации личности;
- развлекательная функция;
- креативная функция;
- интеграционная/ объединяющая функция;
- посредническая функция.

Заострим внимание на посреднической функции блогов. В Армении и Грузии блоги являются силой, влияющей на реальную власть. К примеру, в Грузии, 28 августа 2019 г. глава страны Саломе Зурабишвили воспользовалась своим правом президента на традиционное помилование заключенных в честь праздника Успения Пресвятой Богородицы¹⁶⁷. Однако в списке амнистированных оказался Рамаз Девадзе, в 2014 г. осужденный за убийство полицейского Тараша Мукбаняна. Об этом стало известно

¹⁶⁷ BBC News. В Грузии помиловали 34 заключенных. Это вызвало скандал.
<https://www.bbc.com/russian/news-49517533>

благодаря созданному в Facebook блогу неправительственной организации «Лига защиты правозащитников» (სამართალდაცვის ლიგა/«Samartaldamtsavta datsvis liga»)¹⁶⁸, распространившем данную информацию. Буквально за сутки материалом поделились 732 человека. В результате этой публикации гражданские активисты провели акцию протеста перед президентским дворцом с требованием процедуры импичмента, а 20 сентября 2019 г. Генеральная прокуратура Грузии объявила о возбуждении уголовного дела о законности амнистии осужденных¹⁶⁹.

Соответствует блогосфера и характеристике элементов медиаккультуры эпохи постмодерна, предложенной Н.Б. Кирилловой:

- информационная емкость;
- оперативность и широта тиражирования;
- массовость;
- доступность;
- легкость и образность восприятия¹⁷⁰.

Рассуждая об образности восприятия, важно вспомнить, что в XX веке образы создавали кино и телевидение, элементы медиаккультуры модерна. Современный образ формируется и тиражируется во многом благодаря интернету, успешно сочетающему аудиовизуальные материалы, прежде свойственные лишь радио, кино и телевидению, с медиатекстом. Термин «медиатекст» возник в 1990-х гг. XX века и означает сложную языковую единицу высшего порядка, обеспечивающую речевое общение в области массовых коммуникаций.

Объединяя аудиовизуальные компоненты и гиперссылки в один материал, медиатекст может дать представление о событии или человеке. Медиатекст создает медиаобраз, поэтому сегодня многие публичные

¹⁶⁸ Лига защиты правозащитников. Публикация от 28.08.2019:

<https://www.facebook.com/377027605839214/photos/a.377027642505877/1209340732607893/?type=3&theater>

¹⁶⁹ Sputnik-Грузия. Президент Грузии отреагировала на уголовное дело в связи с помилованием осужденных: <https://sputnik-georgia.ru/politics/20190920/246552657/Prezident-Georgia-otreaigirovala-na-ugolovnoe-delo-v-svyazi-s-pomilovaniem-osuzhdennykh.html>

¹⁷⁰ Кириллова Н. Б. Медиаккультура: от модерна к постмодерну. Академический проект. 2005. С. 88

личности, в том числе политики, деятели искусства и журналисты ведут блоги, подробный анализ которых будет представлен в дальнейших параграфах данного диссертационного исследования. Преимущество блогосферы как площадки для создания медиаобраза заключается в том, что здесь можно не только сформировать образ путем создания легенды, используя совокупность различных информационно-коммуникативных средств, но еще и привлечь к данному образу аудиторию за счет приобщения. Блог интерактивен и диалогичен, а как писал М. Бахтин, все в жизни является диалогом, некой полифонией самостоятельных голосов и сознаний, коммуницирующих друг с другом¹⁷¹. Коммуникация в рамках одного блога и коммуникация с другими блогерами обеспечивают развитие блога и завершенность образа, поскольку фактор общения делает автора эмоционально ближе для аудитории.

Более того, коммуникация в рамках одного блога уже создает общество с определенными интересами, настроениями, взглядами и темами разговора, то есть конструирует информационную среду, медиареальность. В качестве примера можно привести религиозную акцию в Грузии, начавшуюся с публикации блогера Инги Берикашвили¹⁷². Узнав о том, что глава Грузинской Православной церкви Католикос-Патриарх Илия Второй прилетает в Грузию из Германии 20 февраля 2017 г. после сложной операции, Берикашвили предложила в своем блоге «встретить духовного отца в аэропорту живой цепью». Желание участвовать в акции Берикашвили в комментариях к публикации выразили сотни верующих, заметила блог и мэрия Тбилиси, в результате выделившая для флешмоба четыре городских автобуса, чтобы желающие встретить Илию Второго смогли добраться в аэропорт бесплатно. Мероприятие освещали ведущие грузинские телеканалы «Имеди» и «Рустави – 2», а также информационное агентство «Спутник Грузия».

¹⁷¹ Богатырева Е. А. Драмы диалогизма. М. Бахтин и художественная литература XX в. 1996. С. 92

¹⁷² Sputnik-Грузия. Паства встретит Патриарха Грузии в Тбилиси живой стеной: <https://sputnik-georgia.ru/society/20170220/234944815/Pastva-vstretit-Patriarha-Gruzii-v-Tbilisi-zhivoj-cepju.html>

Так, публикация в блоге и последующий виртуальный отклик на нее привели к созданию информационного повода и реальному событию. То есть медиа повлияли на конструирование реальности, и если проанализировать данный пример, можно выделить следующие фазы создания медиаобраза и его влияния на информационное пространство:

- публикация привлекает интерес аудитории благодаря своей образности (в данном конкретном случае образом послужила узнаваемая фигура, Католикос-Патриарх Илия Второй);
- аудитория обсуждает публикацию;
- интерес аудитории к публикации привлекает внимание СМИ/ властей/ публичной персоны;
- медиаобраз начинает тиражироваться и приводит к событию;
- образ и связанные с ним ассоциации и клише создают общее впечатление в сознании реципиента, формируя определенную модель реальности.

Данный пример как нельзя лучше объясняет, почему культурология изучает медиареальность как составляющую медиакультуры, а именно процессы медиареальности, влияющие на формирование культурного события или культуры в целом.

Почему для медиареальности так важны ассоциации и клише – именно они несут в себе культурные коды. Как считает Н.Б. Кириллова, образы, а также ассоциации, обрывки и следы информации, складывающиеся в единый образ, создают нашу картину мира¹⁷³.

Согласно теории Е. Е. Прониной, медиатекст часто опирается на базовые культурные и моральные ценности, чтобы сформировать мнение аудитории¹⁷⁴. Изучая публикацию Инги Берикашвили, становится ясно, что здесь можно выделить такие методы суггестии (индикаторы речевого воздействия на аудиторию с целью создания предрасположенности к теме),

¹⁷³ Кириллова Н.Б. От медиакультуры к медиалогии: <https://cyberleninka.ru/article/n/ot-mediakultury-k-medialogii/viewer>

¹⁷⁴ Пронина Е. Е. Категории медиапсихологии: <http://evartist.narod.ru/text7/49.htm>

как: «Встретим нашего духовного отца», «Покажем нашу любовь и стойкость веры»¹⁷⁵. Данные словосочетания можно отнести к маркерам с положительной коннотацией, поскольку они абстрактны и вызывают одобрение на подсознательном уровне: «отец», «покажем любовь», «вера». Более того, помимо общих культурных ценностей, этот текст может рассказать и о культурных скрепах, характерных именно для Грузии. Из обращения Берикашвили, а главное, реакции на него, становится понятно, что общество Грузии весьма религиозно, а Илия Второй является человеком узнаваемым, то есть медийным.

Возвращаясь к теме создания Всеармянской Ассоциации СМИ, включающей в себя базу данных обо всех армянских медиапроектах, блогах в том числе, важно сделать акцент на том, как данная ассоциация определяет медиареальность армянского социума. Дело в том, что Всеармянская Ассоциация СМИ была создана для объединения армянских медиа по всему миру. Главная причина, по которой данный проект представляет собой важность для Армении, - это высокий процент миграции населения. По данным за 2017 г., из 11 млн. армян¹⁷⁶ лишь три проживают на территории Армении¹⁷⁷. Поэтому даже в уставе организации прописано, что проект должен способствовать популяризации принципа «Родина – Диаспора» и идеи «Армения – родина всех армян», а также содействовать сохранению армянских традиций и культурных ценностей; пункт 7 устава и вовсе гласит, что посредством медиа ассоциация может создать «единую информационную и культурную среду», чтобы армяне со всего мира «не чувствовали себя оторванными» от Армении¹⁷⁸. То есть здесь тоже очевидны механизмы построения реальности с помощью медиа.

¹⁷⁵ Sputnik-Грузия. Паства встретит Патриарха Грузии в Тбилиси живой стеной: <https://sputnik-georgia.ru/society/20170220/234944815/Pastva-vstretit-Patriarha-Gruzii-v-Tbilisi-zhivoj-cepju.html>

¹⁷⁶ Центр поддержки русско-армянских стратегических и общественных инициатив. О численности армян: <https://russia-armenia.info/node/40313>

¹⁷⁷ Статистический комитет Республики Армения. Статистические данные за 2017 г.:

https://web.archive.org/web/20170815143610/http://www.armstat.am/file/article/nasel_01.01.2017.pdf

¹⁷⁸ Энциклопедия фонда «Хайазг». Устав Всеармянской ассоциации средств массовой информации: <https://clck.ru/Ti48B>

Опираясь на все вышеперечисленные примеры, можно согласиться с теорией М. Кастельса, считавшего, что благодаря интернету виртуальность превращается в реальность, и происходит это во многом потому, что все больше реальных вопросов индивид решает через интернет¹⁷⁹: общается, работает, учится, совершает покупки, а главное, формирует свое мнение по различным вопросам и представление о социокультурной реальности. В Армении и Грузии значительное влияние на формирование медиареальности оказывает блогосфера, являющаяся частью медиакультуры Южного Кавказа. Кроме формирования общественного мнения, блогинг Закавказья влияет и на имагологию, в частности, мифотворчество, создание медиаобразов, сторителлинга и легенд, а также является индикатором такого когнитивно-дискурсивного параметра, как агрессия в сети, которая является актуальной темой научных исследований в сфере филологии и психологии последних лет. Во всех этих процессах важную роль играют конвергенция жанров и лингвистические особенности блогов, включающие в себя проблемы этнолингвистики, о чем и пойдет речь в следующей главе.

Выводы по первой главе:

Приведенные выше аргументы свидетельствуют, что с 2000 по 2020 гг. блогосфера в Армении и Грузии претерпела ряд существенных изменений: если первые блоги создавались на сайтах СМИ в виде колонок, то с 2010 г. онлайн-издания в целях наращивания аудитории стали регистрировать свои блоги и блоги авторов, являющихся бренд-амбассадорами СМИ, в социальных сетях, в частности, в Facebook. Процесс конвергенции привел к популяризации блогинга в рамках Facebook, а также к развитию полиязычности в блогах с целью привлечения иностранных подписчиков, поскольку официальными языками Армении и Грузии являются армянский и грузинский соответственно, а языками коммуникации между государствами

¹⁷⁹ Кастельс М. Галактика Интернет. Екатеринбург. 2004. С. 237

считаются русский и английский (к тому же в связи с высокой долей миграции из Армении и Грузии после распада СССР нельзя забывать о такой категории подписчиков, как соотечественники, проживающие за пределами Армении и Грузии и не владеющие родным языком).

Развитие блогосферы в Закавказье параллельно привело к росту уровня агрессии в социальных сетях, однако бороться с языком вражды как в Армении, так и в Грузии весьма затруднительно в связи с отсутствием законодательных документов, которые бы определяли деятельность блогеров. Также можно утверждать, что сравнительный анализ Армении и Грузии в области блогосферы является актуальным, поскольку теоретический обзор, приведенный в первой главе, демонстрирует ряд сходств в правовом регулировании новых медиа: в обоих государствах запрещена цензура, а законы «О рекламе» не затрагивают вопросы размещения рекламы в интернете, уделяя больше внимания защите такого элемента культуры, как национальный алфавит. Данный фактор доказывает важность проявлений национальной самобытности для медиареальности Закавказья.

Глава 2. Сравнительный анализ современного состояния политического блогинга в Армении и Грузии

2.1. Персонификация как инструмент продвижения политического блогинга (на примере блогов политиков Грузии и Армении)

Как пишет исследователь Е. В. Шилова, в условиях развития интернета особую важность приобретает персонификация информации – процесс «личного и личностного воздействия», когда аудитория ассоциирует контент с человеком, который его транслирует. По мнению Шиловой, восприятие информации во многом зависит от восприятия аудиторией человека, который данную информацию преподносит¹⁸⁰.

Одним из способов персонификации политической информации на сегодняшний день является блогинг. Практически все политические деятели Армении и Грузии ведут личные блоги, что свидетельствует о росте влияния блогосферы на политику и общество Закавказья. Растущее число и постоянное улучшение качества ведения блогов доказывает важность блогинга в современных медиапроцессах.

Первые попытки изучения политического блогинга в Грузии были сделаны в 2011-2013 годах – агентство ASCN совместно с Тбилиским государственным университетом имени Джавахишвили и Университетом Илиа провели исследование на тему роли социальных сетей в деятельности политических партий Грузии. Авторов проекта, возглавляемого журналистом Корнели Какачия, интересовало, как Facebook помогает политическим партиям осуществлять имиджевый PR и как ведение страниц в соцсетях определяет успешность грузинских политиков в реальной жизни.

¹⁸⁰ Шилова Е. В. Персонификация информации на российском телевидении. Профессионально-этический аспект. Дис. канд. фил. наук. СПб. 2006. 246 С.

Согласно результатам исследования¹⁸¹, до 2012 года в грузинском сегменте Facebook доминировал контент партии Единого национального движения. В 2012 году в парламентских выборах Грузии приняли участие 11 основных политических партий страны. Анализ их избирательных кампаний показал, что многие политики не использовали в полной мере потенциал интернета. Наиболее интенсивно социальные сети и блоги использовали партии Единое национальное движение и Грузинская мечта. Говоря об остальных партиях, необходимо отметить, что многие политики не использовали Facebook вообще, скептически относясь к социальным сетям как к возможности получить дополнительную поддержку избирателей.

Однако скандал перед выборами в октябре 2012 года, когда в интернете появились видеоролики о пытках заключенных в грузинских тюрьмах, показал, что именно новые медиа формируют общественное мнение. Партии Грузинская мечта удалось использовать данные видеоролики как материал, негативно повлиявший на имидж Единого национального движения, являвшегося правящей партией на тот период. Видеоролики о пытках стали началом снижения популярности партии: избирательный блок «Грузинская мечта – Демократическая Грузия» получил больше половины мест в грузинском парламенте, а годом позже президентом страны стал кандидат от Грузинской мечты Георгий Маргвелашвили. Опираясь на указанные события, авторы исследования смогли установить связь новых технологий и политики, а также пришли к выводу, что активное использование современных коммуникационных технологий, а именно социальных сетей, может влиять на успех политических партий в избирательном процессе¹⁸².

¹⁸¹ Kakachia K., Pataraiia T., Cecire M. Networked Apathy: Georgian Politics and the Role of Social Media. *Demokratizatsiya: the Journal of Post-Soviet Democratization*. V. 22 (2). 2014. P. 255 - https://www.academia.edu/7501116/Networked_Apathy_Georgian_Party_Politics_and_the_Role_of_Social_Media_Demokratizatsiya_The_Journal_of_Post_Soviet_Democratization_Volume_22_Number_2_Spring_2014

¹⁸² Kakachia K., Pataraiia T., Cecire M. Networked Apathy: Georgian Politics and the Role of Social Media. *Demokratizatsiya: the Journal of Post-Soviet Democratization*. V. 22 (2). 2014. P. 274 - https://www.academia.edu/7501116/Networked_Apathy_Georgian_Party_Politics_and_the_Role_of_Social_Media_Demokratizatsiya_The_Journal_of_Post_Soviet_Democratization_Volume_22_Number_2_Spring_2014

Аналогичную ситуацию можно проследить в Армении, где Серж Саргсян, занимавший должность президента страны с 2008 по 2018 гг., а позднее ставший премьер-министром республики, относившийся к социальным сетям как к формальности, в результате уступил свой пост представителю оппозиционного блока «Елк» Николу Пашиняну. В отличие от Саргсяна, Пашинян являлся профессиональным журналистом, вел страницу в Facebook, и прямые онлайн-трансляции протестов, организованных партией «Елк», во многом повлияли на свержение Сержа Саргсяна.

Анализируя грузинские и армянские политические блоги, нужно отметить, что до 2018 года ни в тех, ни в других практически не проявлялось авторское «я». Поэтому политические блоги не пользовались популярностью среди пользователей Facebook, ведь не стоит забывать: в СМИ каждый политик проявляет себя как языковая личность, и здесь необходимо дать определение языковой личности.

Языковая личность – это носитель определенного языка, которого можно охарактеризовать на основе анализа произведенных им текстов для отражения видения им окружающей действительности или достижения конкретных целей с точки зрения использования системных средств данного языка, уровня владения языковыми компетенциями и степени структурно-языковой сложности текста.

Анализируя языковую личность в политической сфере, нельзя забывать, что политический блогинг имеет целый ряд особенностей, так как он отражает не столько свойства конкретной языковой личности политика, сколько создает имиджевую структуру личности политика, и в её персонификацию в блоге всегда вмешивается работа PR-служб с целью придать ей наиболее выигрышные дополнительные особенности.

Привлечение экспертов в области PR к развитию политических блогов в Грузии доказывает отчет фонда Transparency по расходам государственных

структур за 2017-2018 гг¹⁸³. Количество сотрудников отдела по связям с общественностью и СМИ государственных организаций увеличилось примерно на 4% в 2018 году по сравнению с 2017 годом. Всего в PR-службах 194 агентств работало 996 сотрудников в 2017 году и 1037 человек в 2018 году. Мэрия Тбилиси входит в пятерку госструктур с самым большим штатом PR-служб – в ее департаменте по связям с общественностью работают 43 PR-специалиста.

В отличие от Грузии, Армения не публикует данных о расходах на финансирование департаментов по связям с общественностью при органах власти. Однако известно, что 25 июня 2020 г. Никол Пашинян назначил журналиста информационного агентства «Арменпресс» Армена Хачатряна главой управления информации и по связям с общественностью при аппарате правительства Армении¹⁸⁴.

Учитывая вклад специалистов по связям с общественностью в развитие политических блогов, в данном исследовании мы обратим внимание на политиков Армении и Грузии, которые ведут блоги лично, однако при участии PR- и SMM-специалистов. Личным вкладом в развитие блога в рамках исследования считается регулярное ведение стримов и публикация видеоконтента, где политик выступает в качестве ведущего прямого эфира, либо модератора дискуссии.

Ораторские способности всегда играли важную роль в политической карьере, однако теперь политическим деятелям приходится выступать не только устно, на радио и телевидении, но и письменно, в личных аккаунтах в соцсетях и на сайтах. Так как блог является средством самопрезентации, отчасти он определяет политика как языковую личность. Набор речевых предпочтений и культура речи создают своеобразный речевой портрет политика, который, в свою очередь, становится важной частью имиджа,

¹⁸³ Transparency Fund. Rising Costs. Government PR-Services: <https://transparency.ge/en/post/rising-costs-government-pr-services>

¹⁸⁴ Armenia Today. Армен Хачатрян назначен начальником Управления по связям с общественностью аппарата премьера: <https://armeniatoday.news/политика/124285>

поскольку посредством ведения блога политик может рассказать о своей предвыборной программе. Коммуникативная активность в блоге отражает политическую активность кандидата – многие политики публикуют в блогах отчеты о своей работе. Помимо этого, через блог, оставляя публикации и отвечая на комментарии к ним, политик может продемонстрировать набор фоновых знаний, личные принципы, поведение, присущее ему в обычной жизни, что также повышает уровень лояльности электората, и умение выходить из конфликтных, кризисных ситуаций.

По данным на 30 сентября 2020 года, на блог министра образования, науки, культуры и спорта Армении Араика Арутюняна подписаны 95 929 человек¹⁸⁵. Примечательно, что в блоге министра сильно выражено авторское «я»: Арутюнян делится фоторепортажами о своей работе, а в его текстах проявляется личностное начало: «Рекомендую всем посмотреть видеоролик» (публикация от 21.09.2020 г.), «Поздравляю всех нас» (21.09.2020 г.), «Открываю одно из 21 новых дошкольных учреждений» (19.09.2020 г.), «Предлагаю посетить музеи на выходных» (21.08.2020 г.), «Отвечаю на ваши вопросы» (28.07.2020 г.) и т.п.

Вдвое меньшую аудиторию при этом собрал блог президента Армении, носящий исключительно новостную направленность. О безличном характере блога говорит само название – «Офис президента Республики Армения»¹⁸⁶. В названии блога не фигурирует имя действующего армянского президента Армена Саркисяна. На данную страницу подписаны 45 001 человек.

Популярностью пользуется личный блог Никола Пашиняна в Facebook¹⁸⁷, на который подписаны 690 437 человек. В аккаунте Пашинян часто делится своими интервью, а также организует прямые эфиры, где отвечает на вопросы пользователей.

Грузинские блоги тем временем тоже демонстрируют влияние персонализации на охват пользователей. К примеру, на блог основателя

¹⁸⁵ Блог Араика Арутюняна: <https://www.facebook.com/arayikharutyunyanpage>

¹⁸⁶ Блог офиса президента Республики Армения: <https://www.facebook.com/Armpresident>

¹⁸⁷ Блог Никола Пашиняна: <https://www.facebook.com/nikol.pashinyan>

партии Грузинская мечта Бидзины Иванишвили подписаны всего 87 552 человек¹⁸⁸. Дело в том, что блог носит официальный характер, что также отражено в его названии: «Бидзина Иванишвили и медиа». Все публикации в блоге сделаны в форме отчетов и новостей, Иванишвили не акцентирует внимание аудитории на своей активной благотворительной деятельности, в то время как его главный оппонент Михаил Саакашвили обновляет блог¹⁸⁹ каждый день, часто выходит в прямые эфиры. Также важно учитывать факт, что на протяжении всей своей политической карьеры Саакашвили становился героем громких информационных поводов, в результате чего его аудитория в 12 раз больше аудитории Иванишвили – 1 122 734 человека.

На блог действующего президента Грузии Саломе Зурабишвили¹⁹⁰ подписаны 107 660 человек. Важно отметить, что в своем блоге Зурабишвили не общается с аудиторией и не устраивает прямых эфиров и стремится придать аккаунту официальный характер, в отличие от мэра Тбилиси Кахи Каладзе, на чей блог¹⁹¹ подписаны 441 233 пользователя Facebook. К слову, персонификация помогает главе столицы развивать и блог мэрии – если за блогом мэрии Еревана¹⁹², ограничивающимся публикацией коротких новостных заметок, следят 58 376 пользователей Facebook, то на страницу мэрии Тбилиси «Tbilisi City Hall»¹⁹³ подписаны 258 766 человек.

В отличие от блога мэрии Еревана, страница мэрии Тбилиси весьма персонифицирована: ее главным героем становится Каха Каладзе, а героями второго плана - работники мэрии и обычные горожане, поскольку концепция блога строится на слогане «Тбилиси – город, полный историй»: лучшие переводчики столицы (публикация от 28.09.2020 г.), участники Тбилисского музыкального фестиваля (27.09.2020 г.), коренные жители старинных районов города (серия публикаций от 11.09.2020 г.; 20.08.2020 г.; 13.08.2020

¹⁸⁸ Блог Бидзины Иванишвили: <https://www.facebook.com/BidzinaIvanishviliMedia>

¹⁸⁹ Блог Михаила Саакашвили: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100044568183561>

¹⁹⁰ Блог Саломе Зурабишвили: <https://www.facebook.com/zourabichvilisalome>

¹⁹¹ Блог Кахи Каладзе: <https://www.facebook.com/kakhakaladzeofficial>

¹⁹² Блог мэрии Еревана: <https://www.facebook.com/YerevanCityHall>

¹⁹³ Блог мэрии Тбилиси: <https://www.facebook.com/CityHallofTbilisi>

г.; 06.08.2020 г., 30.07.2020 г.). В случае с блогом тбилисской мэрии видно, что в социальных сетях возможно персонифицировать коллективную страницу, изначально не предполагавшую единичного авторства, благодаря жанру сторителлинга. Самостоятельные истории героев второго плана объединены общим нарративом, подчеркивающим положительные качества личности главного героя – Кахи Каладзе, в частности, его организаторские способности, открытость инновациям и общению с электоратом. Более подробно использование сторителлинга в современной блогосфере Закавказья изучено в третьей главе исследования, так как в данном параграфе основное внимание уделяется процессу персонификации.

Публикации о старожилах Тбилиси выходят с конца июля 2020 года на регулярной основе, то есть стали постоянной рубрикой блога. В разработке материалов участвуют автор и фотограф, публикации написаны в жанре очерка, из чего следует вывод: блог мэрии Тбилиси работает по принципам полноценного СМИ. Примечательно, что рубрика о жителях Тбилиси собирает больше лайков, чем другие публикации. Для сравнения: в период с 19.08.2020 г. по 25.08.2020 г. новость о футбольном турнире получила 160 лайков, новость об ограничении транспорта на улице Бека – 31 лайк, а рубрика «Жители города» - 288.

Цифры доказывают: усиление личностного начала в блоге способствует росту популярности аккаунта и действует как инструмент сближения с аудиторией. На рейтинг блога влияет и интерактивность: ощущение диалога, использование прямых обращений к читателям, то есть многосубъектный характер аккаунта. К примеру, Никол Пашинян традиционно начинает прямые эфиры с приветствия аудитории таким образом: «Здравствуйтесь, уважаемые соотечественники, надеюсь, у вас все в порядке». Последняя фраза настраивает аудиторию на реакцию и обеспечивает комментарии прямому эфиру. Араик Арутюнян, будучи министром образования, науки, культуры и спорта и курируя все учебные заведения Армении, также обращается напрямую к читателям в зависимости

от контекста: «Уважаемые студенты», «Уважаемые ученики», «Уважаемые преподаватели», что позволяет сразу определить целевую аудиторию публикации¹⁹⁴. Популярностью пользуется и аккаунт тезки министра – блог президента непризнанной Нагорно-Карабахской республики (Республики Арцах) Араика Арутюняна¹⁹⁵, который начинает публикации с традиционного обращения «Дорогие соотечественники», таким образом адресуя свои сообщения не только жителям республики, а всем этническим армянам. По данным на 30 сентября 2020 года, на блог Арутюняна подписаны более 250 тысяч человек.

Каха Каладзе в прямых эфирах обращается к читателям блога следующим образом: «Дорогие друзья». Публикации Саломе Зурабишвили не содержат в себе каких-либо прямых обращений в принципе, и здесь важно подчеркнуть, что основная доля читательской аудитории ее блога сформировалась во время президентской предвыборной кампании, когда Зурабишвили выкладывала видеоролики с рассказами о своей жизни.

Годом ранее в Армении состоялся Всемирный конгресс информационных технологий WCIT-2019, на который власти Еревана пригласили сестер Ким и Кортни Кардашьян, а также соучредителя соцсети Reddit Алексиса Оганяна, которые являются лидерами мнений в интернете.

Статус лидера мнений Ким Кардашьян подтверждают данные Google Trends: после визита Кардашьян в Армению в 2015 г. и ее рассказов об Армении в личном блоге в Instagram запрос слова «Armenia» в поисковике вырос на 60%. Среди интернет-пользователей США и стран Запада Армения стала ассоциироваться с конкретной личностью – Ким Кардашьян. Несмотря на то, что Кардашьян не является политиком, на форум WCIT она прибыла по приглашению властей Армении, более того, как сообщало ИА «BBC News»¹⁹⁶, в ходе форума Кардашьян сообщила, что лоббирует тему

¹⁹⁴ Блог Араика Арутюняна: <https://www.facebook.com/arayikharutyunyanpage>

¹⁹⁵ Блог президента Нагорно-Карабахской Республики: <https://www.facebook.com/ArayikHarutyunian>

¹⁹⁶ BBC News. Кардашьян в Армении: бизнес, политика и крещение детей в Эчмиадзине: <https://www.bbc.com/russian/news-49972277>

признания геноцида армян в США, что является политическим действием. Работу в данном направлении Ким Кардашьян назвала «приоритетной» и перед поездкой в Армению обсудила тему геноцида с советником президента США Джаредом Кушнером. Также, по данным Google Trends, период пребывания Кардашьян в РА страницу Армении в Википедии посетили 35 тысяч пользователей¹⁹⁷, что свидетельствует о важности персонификации политического контента в блогосфере.

2.2. Влияние национально-культурных детерминант на персонификацию и языковую личность в политическом блогинге

Понятие персонификации тесно связано с понятием языковой личности. Как писал Ю.Н. Караулов, «язык насквозь психологичен»¹⁹⁸, а также системен и социален, в связи с чем в лингвистике и получила развитие психологическая парадигма. По мнению Караулова, анализируя тексты любого автора, можно прийти к следующему выводу: речевой контекст отражает контекст социально-поведенческий, поэтому каждая языковая личность уникальна. О психической составляющей природы языка ранее писал и М.В. Ломоносов, по теории которого, чувства, «вызываемые внешним миром», поощряют человека к их сообщению посредством слова¹⁹⁹. Однако сам термин «языковая личность» впервые появился в трудах немецкого ученого Йохана Лео Вайсбергера²⁰⁰ 1927 года.

Прежде чем дать описание термина «языковая личность», важно определить значение понятия «личность». В психологии личность – это стабильная организация мотивационных предрасположений, возникающих в процессе деятельности. Важную роль в формировании личности играют

¹⁹⁷ Sputnik Армения. Армения взорвала поисковики. Специалисты считают, сколько миллионов принес WCIT-2019: <https://ru.armeniasputnik.am/society/20191013/20749992/Armeniya-vzorvala-poiskoviki-Spetsialisty-schitayut-skolko-millionov-prines-WCIT-2019.html>

¹⁹⁸ Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Издательство ЛКИ. 2010. С. 13

¹⁹⁹ Ломоносов М. В. Полное собрание сочинений. 1952. Т. 6. С. 190

²⁰⁰ Вайсбергер Й. Л. Родной язык и формирование духа. Пер. с нем. 2-е изд. Едиториал УРСС. 232 С.

социальное окружение и различные условия – от бытовых до геополитических.

Языковую же личность Ю.Н. Караулов определяет как носителя языка, которого можно охарактеризовать посредством анализа произведенных им текстов в зависимости от того, как использует автор в данных текстах системные средства языка для выражения своего восприятия окружающей действительности или для достижения каких-либо целей²⁰¹. То есть для каждой языковой личности характерен свой способ реагирования на события, происходящие в окружающей его действительности.

Ю.Н. Караулов подразделяет структуру языковой личности на две части: стабильную и изменчивую²⁰². Реакция языковой личности на события связана как раз с изменчивым компонентом, поскольку она зависит от временных феноменов. Также понятие языковой личности включает в себя такие показатели, как интеллект, который наиболее интенсивно проявляется через язык, иерархию смыслов и ценностей автора, а также его коммуникативные черты, определяющие специфику его речевого поведения.

Все эти индикаторы подходят к деятельности блогеров, поэтому в данном параграфе представлен сравнительный анализ грузинских и армянских блогеров-политиков как языковых личностей. Если психология посредством анализа текстов прежде всего изучает когнитивные аспекты личности, то есть эмоциональную составляющую, то в филологии при анализе текстов на первый план выходят интеллектуальные способности автора, которые, в свою очередь, демонстрируют и когнитивный аспект благодаря использованию эмоционально-экспрессивных свойств в тексте.

Для языковой личности характерны три уровня владения языком:

1. Нулевой, или вербально-семантический уровень. Данный уровень называется нулевым в силу своей бессодержательности: единицами анализа здесь выступают отдельные слова, например: «хорошая погода». Ординарная

²⁰¹ Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Издательство ЛКИ. 2010. С. 52

²⁰² Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Издательство ЛКИ. 2010. С. 39

семантика не позволяет проявиться индивидуальности автора, а показывает лишь его базовое владение системами языка.

2. Первый, или тезаурусный уровень, где в качестве единиц анализа выступают идеи и концепты, например: «2 января все мы в Грузии отмечаем День Судьбы». Данный уровень показывает тезаурус автора, его иерархию смыслов и ценностей, основанную на мировоззрении, культуре, национальных традициях и т.п., то есть когнитивный аспект его текстов.

3. Второй, или мотивационный уровень, выявляющий мотивы и цели языковой личности, определяющие создание ее текстов и построение коммуникативной сети. Здесь примером может стать рассказ президента Армении Армена Саркисяна о Дне Победы²⁰³, в котором видны и мотивы, движущие личностью, и ее жизненные и ситуативные установки, и языковое выражение эмоций путем индивидуализации - выбора генерализованных высказываний и стереотипов:

«Лично для меня это был всегда великий праздник. Я родился в Советском Союзе и каждый год 9 мая, помню, все смотрели Парад Победы на Красной Площади. Это было событие. Событие, которое показывало всем нам и всему миру, что никто не забыт, ничто не забыто, показывало мощь того государства. Удивительно, уже 75 лет прошло. Стал ли мир более разумным, мудрым или нет? Насколько мы мудры, чтобы исключить в будущем возможность третьей мировой войны?»

Поведение языковой личности может меняться в зависимости от трех следующих детерминант:

- социально-ситуативная детерминанта;
- национально-культурная детерминанта;
- индивидуально-психологическая детерминанта.

Примечательно, что из всех этих речеповеденческих детерминант исследователи Ю.Н. Караулов и И.П. Сусов особенно выделяют

²⁰³ Sputnik Армения. Президент Армении рассказал, как раньше праздновал День Победы: <https://ru.armeniasputnik.am/video/20200509/22983570/Prezident-Armenii-rasskazal-kak-ranshe-prazdnoval-Den-Pobedy--.html>

национальный аспект, поскольку своеобразие языковой личности определяется языком, которым она пользуется, а язык отражает духовную жизнь народа²⁰⁴. В целях определения релевантности данной гипотезы для медиареальности Закавказья, в рамках анализа роли национально-культурной детерминанты в языковой личности автором для исследования была выбрана предвыборная кампания на пост президента Грузии Саломе Зурабишвили, транслировавшаяся в ее личном блоге в Facebook в 2018 году²⁰⁵.

В ходе исследования были изучены все 13 видеороликов, опубликованных в блоге Зурабишвили в предвыборный период. Данные ролики объединены общей концепцией. Ролики выходили в ноябре 2018 года под хэштегом: #სალომეზურაბიშვილი («Саломе в президенты»). Хронометраж роликов составляет от 30 секунд до 2 минут. По сюжету, Саломе Зурабишвили рассказывает (читает с суфлера) аудитории истории своей жизни, которые написала сама.

Система исследования строилась на признаках проявления национально-культурной детерминанты, предложенных Ю. Н. Карауловым. К данным признакам относятся упоминания:

- национального происхождения;
- сходства исторических судеб;
- национальных культурных ценностей;
- роли национального языка;
- символических связей;
- государственной территории²⁰⁶.

Все эти признаки, согласно теории Караулова, апеллируют к общности психического склада автора и аудитории.

Ролики в рамках предвыборной кампании были опубликованы в блоге Зурабишвили с 21 по 25 ноября 2018 г. Таблица ниже демонстрирует частоту

²⁰⁴ Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Издательство ЛКИ. 2010. С. 35

²⁰⁵ Блог Саломе Зурабишвили. Видеоролики в рамках предвыборной кампании 2018 г.: https://www.facebook.com/zourabichvilisalome/videos/?ref=page_internal

²⁰⁶ Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Издательство ЛКИ. 2010. С. 40

использования национально-культурной детерминанты в контенте данного материала. Как показывает таблица 1, в своем цикле историй для предвыборной кампании Саломе Зурабишвили использовала национально-культурную детерминанту во всех 13 сериях. В 12 из них она затрагивает тему своего происхождения, в 9 - проводит аналогию между своей жизнью и исторической судьбой Грузии. Также в 9 сериях Саломе Зурабишвили упоминает важность культурных ценностей для нее и ее семьи, в 10 говорит о символических связях, помогавших ей не забыть Грузию в эмиграции, а в 7 публикациях затрагивает тему национального языка. Относительно редко используется лишь тема территории Грузии – она фигурирует лишь в 4 выпусках из 13.

Таблица 1

**Использование национально-культурной детерминанты
в предвыборной кампании Саломе Зурабишвили**

Дата публикации и ссылка	Происхождение	Исторические судьбы	Культ. ценности	Язык	Символические связи	Территория
21.11.2018 https://www.facebook.com/zourabichvilisalome/videos/269559206997043/	+	+				
21.11.2018 https://www.facebook.com/zourabichvilisalome/videos/268759123823264/	+	+			+	
21.11.2018 https://www.facebook.com/zourabichvilisalome/videos/1918976865065813/	+	+			+	
21.11.2018 https://www.facebook.com/watch/?v=2166693603650961	+					
21.11.2018 https://www.facebook.com/zourabichvilisalome/videos/336360507157497	+	+			+	
22.11.2018 https://www.facebook.com/watch/?v=269976830332692	+	+			+	
22.11.2018 https://www.facebook.com/zourabichvilisalome/videos/313971659424975/		+			+	
22.11.2018 https://www.facebook.com/zourabichvilisalome/videos/638043503264476/	+	+			+	

22.11.2018 https://www.facebook.com/zourabichvilisalome/videos/263865744277486/					+	
22.11.2018 https://www.facebook.com/zourabichvilisalome/videos/987191198134001/	+	+			+	
22.11.2018 https://www.facebook.com/zourabichvilisalome/videos/710141239369826/	+	+			+	
24.11.2018 https://www.facebook.com/watch/?v=2214599215496220	+				+	
25.11.2018 https://www.facebook.com/watch/?v=322738945174404	+	+				

Однако этническое самосознание формируется с помощью элементов, которые составляют национальное чувство с позиции самой языковой личности, то есть определяется индивидуально-психологическим аспектом. Для Саломе Зурабишвили основу национально-культурной детерминанты формирует происхождения и семья – будучи дочерью известных грузинских политических эмигрантов Левана Зурабишвили и Зейнаб Кедиа, а также внучкой члена правительства независимой Грузии в 1918-1921 гг. Ивана Зурабишвили, в 10 публикациях из 13 она рассказывает о семье как о факторе, повлиявшем на ее чувство патриотизма. Тема религии при этом проявляется только в 5 историях – и то в связи с воспоминаниями о семье.

Между тем, блог Патриархии грузинской церкви²⁰⁷, на который подписаны 49 666 человек по состоянию на 30 сентября 2020 года, определяет грузинское самосознание лишь через призму религии. Об этом свидетельствует контент-анализ 200 публикаций в блоге с 1 октября 2019 года по 30 сентября 2020 года. Во всех публикациях в блоге присутствует национально-культурная детерминанта, в 198 из которых используется тема религии как символической связи между всеми грузинами. Все 200 публикаций рассказывают о грузинском православии как об одной из

²⁰⁷ Блог Патриархии Грузии: <https://clck.ru/Ti43t>

главных культурных ценностей страны. Куда меньше внимания уделено языку (12 публикаций) и исторической судьбе Грузии (20 публикаций).

Блог Патриархии можно изучать наряду с политическими блогами Грузии, так как грузинская церковь официально поддерживает правящую партию страны «Грузинская мечта» и ее основателя Бидзину Иванишвили. Более того, в 2002 году в соответствии со статьей 9 Конституции Грузии церковь и государство, представленное президентом Грузии, заключили конституционное соглашение²⁰⁸. В рамках данного соглашения государство и церковь имеют право осуществлять совместные программы социальной защиты населения. При этом государство способствует функционированию церковных образовательных учреждений на территории Грузии, что говорит о влиянии церкви на политические процессы в стране.

Иной модели использования национально-культурной детерминанты придерживался Каха Каладзе во время выборов на пост мэра Тбилиси в 2017 году. В рамках предвыборной кампании Каладзе опубликовал с 23 июля по 13 ноября 2017 года 65 публикаций. В 55 из них он использует территориальный признак, говоря о Тбилиси как о городе, который должен быть комфортным для всех людей, постоянно или временно проживающих в нем. Также в 50 публикациях образ Тбилиси используется как одна из основных культурных ценностей и символических связей, объединяющих всю страну.

10 публикаций – это рассказы о Кахе Каладзе от лица знаменитых футболистов, игравших с ним в составе команд «Динамо» и «Милан», и в этих публикациях подчеркиваются положительные черты характера Каладзе, таким образом, проводится скрытая корреляция личных качеств кандидата на пост мэра и качеств, присущих грузинской нации в целом: гостеприимство, связь с семьей, темперамент, сильный характер и т.п.

²⁰⁸ Конституционное соглашение между Грузинским государством и Грузинской Апостольской Автокефальной Православной Церковью: <https://drevo-info.ru/articles/13671953.html>

Таким образом, мы видим, что национально-культурная детерминанта действительно играет важную роль для создания образа языковой личности. Однако, говоря о национальном факторе в целом, важно помнить, что существует лишь некий абстрактный образ психического склада, присущего тому или иному этносу, так как национально-культурная детерминанта при попытках ее структурного анализа распадается на разнородные компоненты, используемые каждой языковой личностью в большей или меньшей степени в зависимости от ее индивидуальных предпочтений.

Несколько иначе национально-культурная детерминанта проявляется в блогах политических деятелей Армении. Данный вывод можно сделать, сравнивая предвыборную кампанию Саломе Зурабишвили с контентом блога президента Армении Армена Саркисяна²⁰⁹ в первые два месяца после его вступления на должность. Данный отрезок времени был выбран, чтобы количество роликов совпадало с количеством проанализированных роликов в рамках кампании Саломе Зурабишвили. Дело в том, что Армен Саркисян был выбран на свой пост тайным голосованием в парламенте, поэтому президентские выборы в стране не проводились²¹⁰. Тем не менее, практически сразу с момента своего избрания Саркисян создал блоги в социальных сетях Facebook и Instagram²¹¹. Если Instagram президента не отличается особой информативностью (в аккаунте публикуются лишь фотографии с официальных мероприятий), то страница в Facebook состоит из нескольких разделов, одним из которых является видеоблог президента.

Как демонстрирует таблица ниже, Армен Саркисян акцентирует внимание аудитории на исторической судьбе армянского народа (в 7 публикациях из 13), а также на символических связях между Арменией и другими государствами (в 11 публикациях из 13). Данную особенность можно связать с геноцидом 1915 года, являющимся важной частью национального армянского самосознания, а также высоким уровнем

²⁰⁹ Блог Армена Саркисяна. Раздел «Видео»: https://www.facebook.com/Armpresident/videos/?ref=page_internal

²¹⁰ Вести. Армен Саркисян стал президентом Армении: <https://www.vesti.ru/article/1406657>

²¹¹ Блог Армена Саркисяна в Instagram: https://www.instagram.com/president_armensarkissian/

миграции армянского народа – в то время как население самой Армении составляет около 2,9 млн человек, армянская диаспора за пределами республики превышает 10 млн человек²¹². Президент использует культурные ценности и символические связи как фактор, объединяющий этнических армян независимо от их территории проживания и позволяющий им находиться в непрерывном контакте друг с другом. Намного реже Армен Саркисян использует прямое упоминание национальной принадлежности – лишь в 6 публикациях из 13.

Таблица 2

**Использование национально-культурной детерминанты
в блоге Армена Саркисяна**

Дата публикации и ссылка	Происхождение	Исторические судьбы	Культурные ценности	Язык	Символические связи	Территория
12.09.2018 https://www.facebook.com/259548888027722/videos/317547365720917/					+	
12.09.2018 https://www.facebook.com/259548888027722/videos/2141152832805036/						+
25.09.2018 https://www.facebook.com/259548888027722/videos/470145640149026/		+			+	
04.10.2018 https://www.facebook.com/259548888027722/videos/164327161140498/	+	+			+	
09.10.2018 https://www.facebook.com/259548888027722/videos/256619244998321/	+	+				
10.10.2018 https://www.facebook.com/259548888027722/videos/2113088232077421/	+		+		+	
11.10.2018 https://www.facebook.com/watch/?v=535308273602697	+	+	+		+	
13.10.2018 https://www.facebook.com/watch/?v=2192494331075431	+	+			+	
20.10.2018 https://www.facebook.com/259548888027722/videos/2429763470373123/		+			+	

²¹² BBC News. Armenia Seeks to Boost Population: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/6382703.stm>

20.10.2018 https://www.facebook.com/259548888027722/videos/1721923777933987/		+			+	+
23.10.2018 https://www.facebook.com/259548888027722/videos/480601365682072/					+	
23.10.2018 https://www.facebook.com/259548888027722/videos/260330084686802/	+				+	+
26.10.2018 https://www.facebook.com/259548888027722/videos/2151547221831643/					+	

Итак, национально-культурная детерминанта присутствует во всех роликах влога президента за изученный период. Однако, сравнивая ролики Зурабишвили и Саркисяна, важно отметить, насколько зависима языковая личность от индивидуально-психологических характеристик. Если Саломе Зурабишвили в своих историях в качестве примера неоднократно приводила истории из личной жизни, Армен Саркисян использует в качестве основы культурной детерминанты свою профессию – будучи кандидатом физико-математических наук и бывшим преподавателем Ереванского государственного университета, президент публикует в основном фрагменты своих выступлений с докладами на официальных форумах или встречах с молодежью, в которых подчеркивает важность нового поколения для успешного развития Армении.

Также на примерах Саломе Зурабишвили и Армена Саркисяна можно определить степень релевантности идеи Ю. Н. Караулова о формировании своеобразия языковой личности в системе коммуникации²¹³. По мнению исследователя, уникальность языковой личности определяется языком, который данная языковая личность использует. Так, языковая личность может быть моно- или многоязычной, причем во втором случае национальное самосознание личности во многом характеризуется частотой использования того или иного языка.

²¹³ Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Издательство ЛКИ. 2010. С. 47-49

Многоязычие делится на два типа: доминантный, когда один язык используется чаще, чем остальные, и равноправный, когда личность одинаково часто оперирует всеми языками, используемыми ею в повседневности. Саломе Зурабишвили можно отнести к моноязычной языковой личности, несмотря на то, что президент Грузии свободно владеет французским – в блоге она использует исключительно грузинский язык, поскольку обращается прежде всего к гражданам страны. А вот Армена Саркисяна можно назвать многоязычной языковой личностью – в 5 роликах из 13 президент Армении говорит на английском языке, дважды – на французском. В отличие от Зурабишвили, Саркисян ориентируется не только на аудиторию внутри страны, но и адресует свои выступления к представителям диаспор, более того, активно встречается с руководителями западных государств и сотрудничает с иностранными СМИ: за октябрь 2018 г. Армен Саркисян дал два интервью на английском и французском языке²¹⁴.

В отличие от политического сегмента блогосферы Грузии, армянское политическое блог-пространство чаще прибегает к полиязычию. Из грузинских политиков, ставших субъектами анализа в данной исследовании, дополнительные языки используют только Каха Каладзе, дублирующий заявления и объявления о жизни Тбилиси для туристов и экспатов, живущих в столице, на английский язык. Публикации на русском и украинском языках выкладывает также Михаил Саакашвили, однако не стоит забывать, что на сегодняшний день политическая деятельность Саакашвили связана с Украиной, где популярностью пользуется русскоязычный сегмент Facebook.

Как многоязычная языковая личность среди армянских политиков себя проявляют также президент Арцаха Араик Арутюнян, дублирующий публикации на русском языке, депутаты Наира Зограбян и Эдмон Марукян, выкладывающие отдельные тексты на русском языке.

²¹⁴ Интервью Армена Саркисяна в программе «L` Invite»: <https://www.facebook.com/watch/?v=260330084686802>

Примечательно, что так же, как в Грузии, армянскую повестку дня в медиа формирует Армянская апостольская церковь. Согласно Конституции республики, церковь выполняет «исключительную миссию в духовной жизни армянского народа»²¹⁵.

О политизированности церкви говорит и контент ее блогов – аккаунты духовенства можно найти в Facebook и YouTube. В блоге церкви в Facebook под названием «Mother See of Holy Etchmiadzin»²¹⁶ опубликованы заметки о встрече патриархии с премьер-министром Армении Н. Пашиняном. Заметка от 27.10.2020 г. рассказывает о встрече Верховного патриарха с представителями парламента Франции, а публикация от 21.10.2020 г. – о встрече патриарха с политическими деятелями Нагорно-Карабахской республики. Аудитория блога весьма велика – по состоянию на сентябрь 2020 г. она составляла 59 113 подписчиков.

Однако, в отличие от блога грузинской церкви, аккаунты армянского духовенства являются полиязычными, подобно странице президента Саркисяна. Ряд публикаций сопровождается переводом на английский и русский языки. Влог на YouTube²¹⁷ насчитывает аудиторию более 2,5 тысяч человек по состоянию на сентябрь 2020 года и транслируется на армянском языке, однако в описании к каждому видео предоставлен краткий перевод на английский язык. При этом фреймы видеороликов оформлены исключительно на английском языке. Как и президент Саркисян, церковь обращается не только к гражданам страны, но и к этническим армянами, проживающим за ее пределами. Таким образом, мы можем прийти к выводу, что спектр языков, используемых языковой личностью в блогосфере, определяется ее потенциальной аудиторией.

Тем не менее, для наиболее полного анализа состояния политического блогинга в Закавказье на примере Армении и Грузии очевидна

²¹⁵ Национальное собрание Республики Армения. Конституция Армении. Статья 18 «Армянская Апостольская Святая Церковь»: <http://www.parliament.am/parliament.php?lang=rus&id=constitution#1>

²¹⁶ Блог Армянской Апостольской церкви: <https://www.facebook.com/holyetchmiadzin>

²¹⁷ Videоблог Армянской Апостольской церкви: <https://www.youtube.com/user/ArmenianChurch/videos>

необходимость проведения исследования образов армянских и грузинских политиков как языковых личностей на основе комплексного практического изучения в сфере их реального речевого поведения, к которой относятся блоги. Собираемый образ политика в блогосфере Армении и собираемый образ политика в блогосфере Грузии представлены в следующем параграфе.

2.3. Методология анализа речевых портретов политиков Армении и Грузии

Политическую деятельность относят к разряду лингвоинтенсивных профессий. В данном практическом исследовании можно отталкиваться от идей А. В. Болотнова, что языковую личность публичной персоны стоит изучать на основе когнитивного стиля оратора и тезаурусного подстиля: то есть путем выявления тем, доминирующих в его речи, дат, событий, персонажей, а также наиболее часто употребляемых генерализованных высказываний, поскольку они отражают стереотипы данной языковой личности²¹⁸.

Именно анализ ряда блогов, то есть определение особых речевых форм и способов речевого поведения, присущих каждой языковой личности, и последующее их сопоставление с целью обнаружения наиболее характерных форм текстообразования и речевых доминант позволяют сконструировать обобщенный образ языковой личности в политическом блогинге каждой страны, создать ее собираемый образ.

Основными методами, используемыми при создании собираемого образа политика-блогера, являются метод контент-анализа и метод речевого портретирования. В первом методе предметом анализа выступают текстовые массивы, то есть тексты, опубликованные в блоге за исследуемый период. За

²¹⁸ Болотов А. В. Изучение языковой репрезентации тезаурусного подстиля публичной языковой личности в медиадискурсе. Вестник Томского государственного университета. 2013. №371. С. 11-15

основу метода речевого портретирования также берется совокупность текстов блогера за определенный период, в рамках исследования которой выявляются однотипные, повторяющиеся факторы, которые и считаются конструктами данной языковой личности. Главным инструментом анализа служит количественная реконструкция лексикона – подсчет самых часто употребляемых языковой личностью слов, иными словами, определение частотности единиц в текстовой речи.

Ниже приведены основные характеристики анализа языковых личностей в политической блогосфере Армении и Грузии:

Период проведения анализа: 8 месяцев, с 18 февраля по 18 октября 2020 года. Выбор срока обусловлен тем, что именно с 18 февраля в Армении и Грузии впервые возникают локальные новости на тему коронавируса нового типа. Кроме закрытия границ и введения ограничений в связи с пандемией, за изучаемый период на территории двух государств происходили другие важные события, определявшие повестку дня и медиареальность региона: подготовка к парламентским выборам в Грузии и военный конфликт в Нагорном Карабахе. Проведение предвыборной кампании и большое количество кризисных ситуаций, безусловно, повлияли на лексикон каждой политической языковой личности в регионе. Между тем, лексикон делится на два типа – статический (базовый тезаурус) и динамический (дополнительный тезаурус, складывающийся в результате постоянно обновляющегося речевого опыта).

Несмотря на давность противостояния политических партий Грузии и существования проблемы Карабаха, эти явления все равно стали новыми для политиков с учетом современных факторов, в частности, цифровизации: например, практики ежедневных прямых эфиров или дезинформации в социальных сетях. Пандемия же стала абсолютно новым вызовом для всех, более того, единицей внутреннего лексикона личности является слово. А с начала развития пандемии наблюдается возникновение новых словосочетаний и неологизмов: «социальная дистанция», «COVID-19»,

«ковидный», «ковид-диссидент», «коронаэнтузиасты и коронаскептики» и т.п. Данный факт является именно новым речевым опытом, в связи с чем можно утверждать, что пандемия влияет на динамический внутренний лексикон личности.

Сфера проведения анализа: блоги политиков Армении и Грузии в Facebook (значимость данной платформы аргументирована в предыдущих параграфах исследования).

Объекты анализа: 10 наиболее популярных по количеству подписчиков блогов политиков (соответственно, 5 блогов армянских и 5 блогов грузинских политических деятелей).

В Грузии – премьер-министр республики Георгий Гахария²¹⁹, президент Грузии Саломе Зурабишвили²²⁰, мэр Тбилиси Каха Каладзе²²¹. Нужно отметить, что Гахария и Каладзе являются членами партии «Грузинская мечта – Демократическая Грузия», поэтому в исследовании представлены их оппоненты - руководитель партии «Единое национальное движение» Григол Вашадзе²²², основатель партии, экс-президент Грузии Михаил Саакашвили²²³.

В Армении – премьер-министр республики Никол Пашинян²²⁴, президент Грузии Армен Саркисян²²⁵, руководитель Республики Арцах Араик Арутюнян²²⁶, а также представитель партии «Прорывающая Армения», депутат парламента Наира Зограбян²²⁷ и представитель партии «Просвещенная Армения» Эдмон Марукян²²⁸.

Прежде чем перейти непосредственно к самому анализу, необходимо провести рафинирование исследуемого материала. Исследованию

²¹⁹ Блог Георгия Гахария: <https://www.facebook.com/GakhariaGiorgi>

²²⁰ Блог Саломе Зурабишвили: <https://www.facebook.com/zourabichvilisalome>

²²¹ Блог Кахи Каладзе: <https://www.facebook.com/kakhakaladzeofficial>

²²² Блог Григория Вашадзе: <https://www.facebook.com/gregory.vashadze>

²²³ Блог Михаила Саакашвили: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100044568183561>

²²⁴ Блог Никола Пашиняна: <https://www.facebook.com/nikol.pashinyan>

²²⁵ Блог офиса президента Армении: <https://www.facebook.com/Armpresident>

²²⁶ Блог Араика Арутюняна: <https://www.facebook.com/ArayikHarutyunian>

²²⁷ Блог Наиры Зограбян: <https://www.facebook.com/n.zohrabyan>

²²⁸ Блог Эдмона Марукяна: <https://www.facebook.com/marukyan.edmon>

подвергались лишь уникальные тексты политиков. Дело в том, что языковая личность политика в блогосфере означает персонализированный дискурс. Поэтому, чтобы результаты исследования были максимально точными, стоит отказаться от анализа текстов, авторство которых трудно установить. Репосты и публикации без текста (прямые эфиры, изображения и видео) также не принимались в расчет.

Данный подход объясняет, почему анализ грузинских политических блогов не включает страницу основателя партии «Грузинская мечта» Бидзины Иванишвили. Дело в том, что в своем блоге Иванишвили выкладывает лишь ссылки на статьи о партии, либо репосты – вторичные публикации сообщений, размещенных другими пользователями Facebook. Авторские тексты в блоге отсутствуют.

Необходимо отдельно отметить фильтрацию сплошной выборки текстов в блоге Михаила Саакашвили. На момент изучения блога Саакашвили является не только грузинским, но и украинским политиком, соответственно, часть публикуемых им материалов посвящена украинской аудитории, и это одна из важных черт блогинга: коммуникация здесь лабильна в связи с большим уровнем открытости и отсутствия лимита адресатов. Учитывая данный фактор, мы абстрагируемся от публикаций, где Михаил Саакашвили обращается непосредственно к украинской аудитории, и не концентрируемся на прагматическом аспекте медиадискурса, анализируя блоги политиков Армении и Грузии в целом.

Таким образом, следующая таблица отражает общее количество публикаций в блогах политиков с 18 февраля по 18 октября 2020 года и количество уникальных текстов, использованных в качестве материала данного исследования.

После этапа рафинирования выборки текстов основу данного исследования составили 2 422 публикации. В это число входят медиатексты различных типов – классические тексты, инфографика, анализ больших объемов данных, комментарии к прямым эфирам (важно отметить, что

данная часть исследования сосредоточена исключительно на письменной, а не на устной речи, так как устный аспект был проанализирован в предыдущем параграфе).

Таблица 3

**Количество изученных публикаций в блогах
армянских и грузинских политиков**

Блог	Общее количество публикаций	Авторские тексты
Георгий Гахария	220	204
Саломе Зурабишвили	300	232
Каха Каладзе	204	128
Михаил Саакашвили	390	280
Григол Вашадзе	205	173
Никол Пашинян	610	586
Армен Саркисян	217	217
Араик Арутюнян	255	250
Наира Зограбян	501	184
Эдмон Марукян	211	168

В приложении 1 представлены биографии изучаемых политиков как агентов медиадискурса, подтверждающие равенство их дискурсивных условий, а значит, возможность обобщения их речевых портретов. На основании данных биографий мы можем сделать вывод, что политики, блоги которых станут основой анализа языковой личности политика в Армении и Грузии, обладают рядом схожих качеств:

- политический опыт;
- знание иностранных языков;
- наличие высшего образования (у всех, кроме Никола Пашиняна);
- активное участие в политической жизни своей страны.

Также стоит отметить, что два изучаемых армянских политика являются аффилированными журналистами (Пашинян и Зограбян). Близок к сфере медиа и Каха Каладзе, за время успешной спортивной карьеры многократно сотрудничавший с журналами Италии и Украины.

На основе анализа биографий политиков можно прийти к выводу, что все представители политического блогинга Закавказья, являющиеся

субъектами данного исследования, находятся в равных дискурсивных условиях, а значит, сопоставление контента их блогов с целью составить обобщенные речевые портреты политиков Армении и Грузии с последующим их компаративным анализом является обоснованным.

Опираясь на теорию Ю. Н. Караулова, в рамках создания речевого портрета политика мы изучаем вербально-грамматический и когнитивно-тезаурусный уровни языковой личности путем реконструкции ее внутреннего лексикона. Однако, учитывая, что мы анализируем большие данные, анализировать каждое слово в публикациях языковой личности за 8 месяцев весьма проблематично. В данном случае логично воспользоваться онлайн-сервисом по анализу текста «Advego» для количественной реконструкции лексикона. Данный инструмент определяет частотность не только отдельных слов, но и словосочетаний, в особенности ключевых фраз, а также конструирует семантическое ядро текста. Анализатор «Advego» автоматически приводит все слова в тексте в начальную форму, сортирует их по алфавиту и уровню частотности, поэтому работа по анализу текста состоит всего из нескольких этапов:

- обработка материалов – то есть копирование текстов с платформы Facebook в документ Microsoft Word;
- перевод материалов с английского, армянского и грузинского языков на русский;
- загрузка документов в онлайн-систему подсчета и анализа слов;
- составление словаря лексического запаса языковой личности. В ходе исследования внимание уделялось лишь словам, которые фигурировали в совокупности текстов политика 10 и более раз;
- объединение словарей лексики политиков-блогеров по странам;
- выявление наиболее часто повторяющихся слов в общем словаре;
- составление словаря абстрактного политика от каждой страны, то есть реконструкция собирательного образа;
- их дальнейшее сопоставление.

В следующих двух параграфах изложен подробный анализ речевых портретов политиков региона (грузинских и армянских, соответственно).

2.4. Речевые портреты грузинских политиков в блогосфере и их влияние на медиареальность

Путем составления лексического словаря каждого изучаемого политика Грузии и объединения получившихся словарей в единый, абстрактный разговорник было установлено, что в текстах собирательного образа грузинского политика преобладают имена существительные. Общий словарь лексики грузинских политиков состоит из 102 слов, из них 14 – это глаголы, 15 – имена прилагательные, а 53 – имена существительные, преимущественно абстрактные: «*борьба*», «*безопасность*», «*возможность*», «*мечта*», «*отношение*», «*партнерство*», «*победа*», «*помощь*», «*проблема*», «*путь*», «*развитие*», «*успех*» и т.д.

Весьма часто фигурируют в текстах усредненного грузинского политика имена собственные – лидирует среди них топоним «Грузия»: в текстах Саломе Зурабишвили он встречается 202 раза, в текстах Михаила Саакашвили – 166 раз, в текстах Григола Вашадзе – 112 раз, в текстах Георгия Гахария – 138 раз, исключение составляет лишь блог Кахи Каладзе, где слово «Грузия» использовано всего 29 раз, однако Каладзе – мэр столицы Грузии, поэтому в его блоге в основном фигурирует топоним «Тбилиси» (72 раза за изученный период). Лидерами среди антропонимов являются фамилии «Гахария» и «Саакашвили», среди топонимов – «Россия» (15 раз данное слово использовалось в блоге Михаила Саакашвили и 12 раз – в блоге Георгия Гахария) и «США» (по 17 раз проявлялось в блогах Саакашвили и Гахария). Самым популярным хрононимом же стало слово «пандемия», что отражает повестку дня для грузинских властей на протяжении изучаемого периода.

Прилагательные, употребляемые грузинскими политиками, являются качественными и обозначают преимущественно общественно значимые признаки: *«важный»*, *«международный»*, *«политический»*, *«социальный»*, *«экономический»*.

Во-вторых, можно заметить некоторую однородность лексического словаря грузинских политиков, но сильнее всего лексикон совпадает у субъектов, принадлежащих к одной партии. Так, представители оппозиции – Михаил Саакашвили и Григол Вашадзе, - чаще используют в своей письменной речи оценочную лексику, нежели депутаты коалиции «Грузинская мечта» и президент Саломе Зурабишвили, которая хоть и участвовала как независимый кандидат на выборах, официально получила поддержку для осуществления своей предвыборной кампании со стороны правящей партии. В частности, бывший президент Грузии Михаил Саакашвили использует лексемы с эмотивным компонентом в каждой второй публикации: *«усугубляющиеся общие невзгоды»*, *«безответственное отношение»*, *«постоянная ложь»*, *«отважные патриоты»*, *«унизительная ситуация»*, *«террор и запугивание»*, *«позор»*, *«в боевом состоянии»*, *«страх и ненависть»*, *«настойчивость и смелость»* и т.п.

Несколько реже оценочную лексику использует Григол Вашадзе – она проявляется в 65% его публикаций: *«положим конец оскорблениям и насмешкам»*, *«демографическая катастрофа»*, *«безделье и ложь»*, *«гибель»*, *«позорное правительство»*, *«политическая помойка»*, *«несправедливость»*, *«полная халатность и безразличие»*.

Известно, что эмоционально-оценочная лексика делится на две категории – это слова с положительной, либо отрицательной характеристикой. Эмотивная лексика влияет на тон публикаций и блога в целом, поэтому для контент-анализа блогов политиков с точки зрения тональности их публикаций был использован тональный словарь «PolSentiLex» редакции 2016 года. Данный сервис, состоящий из почти 10 тысяч слов на основе 30 тысяч текстов, оценивает слова как положительные,

умеренно положительные, нейтральные, умеренно отрицательные, отрицательные и сильно отрицательные.

Исходя из анализа, проведенного на базе тонального словаря, блоги грузинских политиков можно оценивать следующим образом:

Блог Саломе Зурабишвили: преимущественно нейтральный (22% публикаций содержат в себе отрицательную и умеренно отрицательную лексику);

Блог Георгия Гахария: нейтральный (8% публикаций содержат отрицательную и умеренно отрицательную лексику);

Блог Кахи Каладзе: нейтральный (8% публикаций содержат отрицательную и умеренно отрицательную лексику);

Блог Григола Вашадзе: преимущественно негативный (52% публикаций содержат отрицательную и сильно отрицательную лексику, 10% - положительную);

Блог Михаила Саакашвили: преимущественно негативный (65% публикаций содержат отрицательную и сильно отрицательную лексику).

Примечательно, что в своих публикациях действующий президент Грузии и представители «Грузинской мечты» не используют отрицательной лексики в адрес оппозиции, кроме Георгия Гахария, который применил умеренно отрицательные лексемы «вчера» (слово с переносным значением), «вызовы» и «падения» (слова с элементом оценки) касательно партии «Единое национальное движение» в одной публикации за февраль 2020 года: *«Еще раз подтверждается, что «Национальное движение» - это вчера. Мы должны действовать и работать, чтобы сделать эту страну не страной вызовов и падений, а страной возможностей для молодежи».*

Что касается Михаила Саакашвили и Григола Вашадзе, данные политики активно используют сильно отрицательную лексику в адрес своих оппонентов: *«убийца Иванишвили», «Иванишвили хочет все это остановить и искоренить, потому что его задача – слабая, заброшенная Грузия», «виноват Иванишвили», «все деньги Иванишвили были извлечены из*

бюджета Грузии путем воровства денег, кражи грузинских земель, захвата предприятий, присвоения денег», «Иванишвили, Гахария и правящая партия продвигают деструктивную российскую повестку дня в ущерб интересам США и Грузии», «очередной фейк Иванишвили», «Я разговаривал по телефону с Валерием Абхазовой, который был жестоко избит группой местных преступников, нанятых Иванишвили», «слабое и деструктивное правление Грузинской мечты».

Тем не менее можно выявить некоторую общую направленность в оценочной лексике как оппозиции, так и правящей партии. Анализ блогов грузинских политиков демонстрирует, что США, государства-члены Европейского союза, а также европейские политики и проекты в публикациях всегда наделены позитивным коннотатом, в то время как Россия – коннотатом сугубо отрицательным, причем, коннотацию, используемую в отношении США, ЕС и РФ, нельзя трактовать двояко. Данный факт можно объяснить тем, что большинство политиков публикует тексты как минимум на двух языках (грузинском и английском), в связи с чем выбирает максимально конкретную коннотацию, лишенную противоположных смыслов, чтобы оценочные оттенки высказываний были как можно более точными. Государства-соседи в блогах политики Грузии наделены нейтральным коннотатом – очевидно, во избежание возможного осложнения отношений с ними.

Чтобы исследовать ассоциативно-смысловые цепи в публикациях грузинских политиков, был использован полуавтоматический метод анализа семантического ядра текстов. Из указанного выше объема текстов грузинских политиков вручную были выбраны публикации, касающиеся отношений с другими государствами. На основе данных материалов были скомпонованы группы текстов по каждому государству или коалиции стран, которые далее были загружены в онлайн-сервис «Advego», по анализу семантического ядра текстов выявляющему самые значимые ключевые слова в публикации.

В качестве первого примера рассмотрим ассоциативно-смысловые цепи в блоге Саломе Зурабишвили:

Армения – мир в регионе.

Азербайджан, Турция – сотрудничество.

Россия – оккупация.

Переход баскетболиста Торнике Шенгелия в московский клуб «ЦСКА» - неприемлемо и прискорбно.

Гимн СССР - использование недопустимо.

Украина – партнерство.

Бельгия – поддержка.

Германия, Великобритания, Испания – признательность за помощь в борьбе с коронавирусом.

Польша – опыт в борьбе с пандемией.

Италия, Сербия, Греция – сотрудничество.

Латвия – защитник европейских интересов Грузии.

Ирландия – поддержка европейских стремлений, солидарность.

Франция – готовность поддержать.

Словакия – поддержка европейского пути Грузии.

США – грузинский народ поддерживает.

В качестве другого примера возьмем блог мэра Тбилиси Кахи Каладзе:
Германия, Великобритания, Дания, Франция – эксперты по внедрению новых технологий в Тбилиси.

США – стратегический партнер.

Россия – тяжелый день (события 2008 года).

Схожую коннотацию демонстрирует блог Георгия Гахария:

Армения, Азербайджан – добрососедские отношения, дружба, исторический опыт.

Украина – братский народ.

Европа – членство в большой европейской семье, важная поддержка, гордость, независимость, свобода, защита интересов.

США – стратегическое партнерство, многосторонняя помощь, личная поддержка, системное сотрудничество.

Россия – оккупация, оккупированный, продолжающиеся агрессивные действия, аннексия, дестабилизация.

Аналогичной позиции в данном аспекте придерживается и Григол Вашадзе:

Россия – провокация, государство-оккупант, угроза, пропасть, дестабилизирующий, военное и экономическое господство.

США – вложение, сотрудничество, демократия, цивилизация.

ЕС – мечта, сотрудничество, демократическое развитие, свобододолюбивый, успешный, независимый, семья, прогрессивный, сильный, будущее, мир, дружба, солидарность, процветание, уважение, цивилизованный мир.

Схожую коннотацию отражает и блог Михаила Саакашвили:

Армения, Азербайджан – братские и дружеские отношения.

Украина – дружба, сердце.

Россия – политпроект, конфликт, перестреляли, нападение, осада, режим, контролируемый, влияние Кремля, грубо, деструктивный, ущерб, марионетки, атака, агрессия, пропагандисты.

США – верный союзник, демократия, ценности свободы и демократии.

Итак, анализ семантического ядра текстов грузинских политиков позволяет утверждать, что оценочная лексика в их блогах распределена неравномерно, в зависимости от тематики публикации.

Результаты промежуточного анализа текстов грузинских политиков дают возможность определить функциональные стили речи, определяющие стилистику политических блогов в Грузии. Можно утверждать, что блог типичного грузинского политика – это совокупность трех стилей:

- публицистического;
- официально-делового;
- разговорного.

Официально-деловой стиль речи особенно выражен в блогах представителей правящей партии и президента Грузии, что можно объяснить влиянием должности. В отличие от Григола Вашадзе, чья деятельность ограничивается регионом Имерети, и Михаила Саакашвили, в отношении которого в Грузии возбуждены уголовные дела, в связи с чем он не посещает страну, Саломе Зурабишвили, Георгий Гахария и Каха Каладзе обладают большими властными полномочиями. Последний факт проявляется в активном использовании ими официально-деловых подстилей. К примеру, о введении чрезвычайного положения в Грузии из-за пандемии коронавируса политики объявляли на законодательном уровне, соответственно, их обращения к народу были также созданы в официально-деловом подстиле. Дипломатический подстиль присущ описанию реальных и онлайн-встреч Зурабишвили и Гахария с иностранными коллегами – Николом Пашиняном, Реджепом Тайип Эрдоганом, Эммануэлем Макроном и т.п. Административно-канцелярский стиль же характерен для пост-релизов данных собраний.

Официально-деловой стиль в публикациях Зурабишвили, Гахария и Каладзе проявляется путем использования устоявшихся выражений. Например, в публикациях, посвященных городским праздникам, а также отчетах о проделанной работе Каха Каладзе прибегает к клише и речевым штампам:

«Для меня большая честь назвать Гурама Дочанашвили почетным гражданином Тбилиси».

«Выражаем заинтересованность в обустройстве туристической инфраструктуры на Тбилисской телебашне».

«Согласно решению Координационного совета, учебный процесс в детских садах начнется 1 октября».

Канцеляризм характерен и для официальных материалов в блоге Саломе Зурабишвили. В данных публикациях очевидна слабая индивидуализация авторского стиля и подчеркнутая деперсонификация

путем использования страдательного залога и описания собственной деятельности в третьем лице. Вместо «я» Зурабишвили использует наименование своей должности – «президент», либо вообще не указывает авторство:

«Письмо Генеральному директору Всемирной организации здравоохранения, Верховному комиссару ООН по правам человека и Комиссару Совета Европы по правам человека относительно запрета на продажу грузинских рецептурных препаратов на оккупированной территории Грузии».

«В связи с ситуацией, созданной распространением коронавируса в мире, президент Грузии по согласованию с другими ветвями власти отменил свои запланированные визиты в Болгарию, Украину и Бельгию. Перед объявлением это решение Президента будет доведено до сведения наших партнеров».

«Важно отметить, что этот закон также устанавливает необходимость применения сдержанности и соразмерности».

«Сегодня Президент Грузии принял личное заявление Анны Долидзе об отставке. Это заявление является основанием для прекращения ее полномочий как члена Высшего совета юстиции. В соответствии со статьей 47 закона Грузии «О судах общей юрисдикции» объявляется конкурс на членство в Высшем совете юстиции Грузии, условия которого определены Указом Президента Грузии от 25 июня 2020 года N: 25/06/01».

Аналогичной позиции придерживается и премьер-министр Грузии Георгий Гахария, в рамках намеренной деперсонификации применяя перифразы во избежание повторений. Чтобы не указывать должности лиц, участвовавших в мероприятиях международного либо республиканского масштаба в каждом предложении в отчетах о проведенных встречах, Гахария использует перифраз «стороны»:

«Состоялся телефонный разговор между премьер-министром Грузии Георгием Гахария и госсекретарем США Майклом Помпео, в ходе которого стороны обсудили ключевые вопросы стратегического партнерства».

«Стороны обсудили общие вызовы глобальной пандемии и динамику развития стратегического партнерства между двумя странами».

«Стороны также говорили об углублении экономического сотрудничества и привлечении американских инвестиций».

Элементы разговорного стиля проявляются в блогах всех изучаемых политиков, что обусловлено самим характером блогосферы: сближение с аудиторией было основной целью, которую преследовали политики, создавая блоги в социальных сетях, а социальные сети означают неформальную коммуникацию.

Разговорный стиль в публикациях политиков используется в основном в качестве аннотаций к прямым эфирам. Для комментариев такого рода характерны: эмоциональность, проявления которой в тексте уже были продемонстрированы выше, слова, заимствованные из иностранных языков, а также упрощения и сокращения слов, в грузинском языке являющиеся элементами просторечия. Так, например, Саломе Зурабишвили, публикуя видео в честь Международного дня сельских женщин, анонсирует его сообщением, что героиня данного ролика – жительница деревни, которую она называет «бебо». «Бебо» - просторечное, ласковое обращение к бабушке, образованное от слова «бебиа». Также в описании к видео используется особое образование формы имен собственных, путем сокращения: президент называет свою собеседницу Машо (сокращенная версия имени «Мариам»).

Говоря о заимствованных словах в речи политиков, главным заимствованием, используемым при неформальном общении с аудиторией всеми грузинскими политиками без исключения, стали термин «COVID», произошедший от английской аббревиатуры, а также слова «санитайзер» и «локдаун». Также в описаниях к прямым эфирам политики часто используют слово «фейк». Примечательно, что вышеуказанные лексические

заимствования прошли процесс грамматической ассимиляции и функционируют по правилам грузинского языка. Их грамматическое освоение произошло через словоизменительную парадигму - приобретение окончания «и», характерного для грузинских существительных в единственном числе. Например:

COVID - ჯვოჯვო - [ковиди];

sanitizer - სანბიჯობიჯობი - [санитайзеру].

В разговорном стиле также распространено авторское «я». Используя разговорный стиль, Каха Каладзе ведет повествование от первого лица (в то время как в официальных заявлениях и отчетах предпочитает использовать характерное для политического дискурса местоимение «мы») и оперирует преимущественно сложносочиненными предложениями:

«Я понимаю водителей личных автомобилей, сам езжу за рулем».

«Я читал данные агентства по окружающей среде, за последние двадцать лет примерно пять раз наблюдалось такое обильное количество осадков».

«Я поговорил с членами моей команды, и мы решили взять на себя эту ответственность».

Между тем, Михаил Саакашвили тоже ведет рассказ от первого лица и использует жаргонизмы, прибегая к разговорному стилю:

«Короче, я хочу, чтобы вы знали, что Единое национальное движение везде!..»

«Эта статья – ответ на заказуху Иванишвили о том, что я создаю проблемы».

Уже на основе этого промежуточного анализа можно утверждать, что блогам всех изучаемых грузинских политиков присущ публицистический стиль. Об этом свидетельствует наличие и речевых клише, и оценочной лексики, необходимой, чтобы реализовать функцию публицистического стиля – сообщая информацию, воздействовать на мнение аудитории и призывать ее к определенным действиям. Помимо общественно-

политической лексики и эмоционально окрашенных слов, в публикациях некоторых грузинских политиков используется специальная лексика, связанная с темами, постоянно находящимися в центре внимания общественности, такими как экономика, образование, здравоохранение, оборона и т.п. К примеру, Георгий Гахария разъясняет читателям, что представляет собой базовый пакет социальных льгот или программа, направленная на поддержку предпринимательства «Государство – ваш партнер». Каха Каладзе также прибегает к специальной лексике в ходе онлайн-презентаций проектов по развитию города, разъясняя, как будут формироваться «пошлины для юридических и физических лиц».

Желая придать тексту больше эмоциональности, некоторые грузинские политики используют в блогах и конструкции экспрессивного синтаксиса, одним из которых является парцелляция - намеренная разбивка текста на отрезки, самостоятельные как пунктуационно, так и интонационно.

В примерах, приведенных ниже, сохранена пунктуация авторов.

Глубокую паузу, чтобы разорвать мысль на несколько отрезков, с целью создания эффекта устного дискурса в текстах регулярно использует Михаил Саакашвили:

«В свое время я сюда приехал из моего основного дома.

Из моей сладкой Грузии».

Более того, с помощью парцелляции автору удастся маркировать тезисы, следующие после паузы, таким образом делая их логически ударными и акцентируя внимание аудитории на них.

«Очень важно немедленно выплатить долги ... Найти новые локации для борьбы с болезнью.

И срочно обучить медперсонал».

Георгий Гахария использует парцелляцию в текстовых обращениях к народу так же с целью создания эффекта устного дискурса, усиления эмоциональности высказывания. В качестве примера может послужить его

публикация перед Пасхой, связанная с призывом воздержаться от пышных и многолюдных празднований в условиях пандемии:

«Остаться дома! И заботиться друг о друге, чтобы праздновать победу жизни над смертью».

Для представителей грузинской оппозиции характерно и использование антитезы. В частности, к риторическим противопоставлениям прибегает Михаил Саакашвили перед парламентскими выборами – в своих речах он противопоставляет собственную партию «Единое национальное движение» правящей коалиции «Грузинская мечта» с целью создания выгодного контраста:

«Для нас это - либо победа, либо гибель перспективы Грузии!

Либо победа, либо грядущая смерть наших детей!

Или победа, или гибель грузинской государственной идеи!»

«Ими движут страх и ненависть - мной движет любовь».

Помимо противопоставлений образов, Саакашвили использует в предвыборной риторике с целью убедить аудиторию приём повтора, а именно лексическую анафору и эпифору:

«Если мы вместе уничтожим коррупцию - каждый грузин станет богатым.

Если мы вместе построим новые предприятия - каждый грузин станет богатым.

Если мы вместе увеличим поток туристов в Грузию - каждый грузин станет богатым.

Если мы вместе - для нас нет ничего невозможного!»

Каха Каладзе также применяет данную стилистическую фигуру для усиления собственных тезисов:

«...Еще я каждый день езжу на личном автомобиле, тоже вынужден стоять в пробках, но я не могу быть лишь мэром для владельцев частных авто. Я мэр для бабушек и дедушек, которые передвигаются по тротуару. Я мэр для тех молодых людей, которые каждый день катаются на

электросамокатах и велосипедах. Я являюсь мэром для тех родителей, которые вернулись с работы и хотят покатать своих детей в колясках».

Возвращаясь к Михаилу Саакашвили, он, как и Григол Вашадзе, для подкрепления своих тезисов в рамках предвыборной кампании использует риторические вопросы, ответы на которые не нужны в связи с их абсолютной очевидностью. Вопрос Саакашвили *«А вы что-нибудь сделали за 7 месяцев в ожидании 2-й волны? Тогда да, тогда да ...»* не означает, что он интересуется борьбой действующего правительства с пандемией, напротив, данное вопросительное высказывание подчеркивает, что необходимые меры не были предприняты.

Точно так же усиливает выразительность и логичность своих суждений Григол Вашадзе, используя, как подчеркивающий штрих, вопросительную интонацию в высказывании, где она по сути не требуется:

«Если вы не боитесь Михаила Саакашвили, то почему бы вам не бросить его перед грузинским народом?!»

Так как задача речи в публицистическом стиле – призывать к действию, некоторые публикации грузинских политиков завершаются восклицаниями политико-идеологического характера, например:

«Друзья!

Скажу со всей ответственностью!

Поверьте! ..

Единственная политическая сила, которая полностью укомплектовала избирательные участки, открытые за границей во всех странах (!) - назначила своего члена комиссии и своих представителей - это Единое национальное движение!

Подчеркиваю единство политических сил по отношению к правящей партии - «Грузинская мечта»! ..

И в принципе в основном по отношению к нему! ..

Да! .. Не слушайте! ..

«Мечте» Бидзины очень и очень трудно найти своих сторонников для создания комиссий на избирательных участках за границей ..

Короче, я хочу, чтобы вы знали, что ЕНД везде! ..

Во всех странах мира - на всех избирательных участках!

Эти неординарные, отважные люди и патриоты позаботятся о каждом голосовании, и наша эмиграция выиграет эти выборы с большим преимуществом!

Вместе – мы победим!

Вы любите Грузию? Хотите, чтобы Грузия была одной из величайших стран мира?! - Идите и голосуйте на выборах!» (Михаил Саакашвили)

Восклицание как риторический прием, в предвыборной риторике активно применяет и Григол Вашадзе, 7% публикаций которого содержат следующие лозунги:

«Кутаиси - парламентский город!»

«Богатая Грузия, крепкая семья!»

«Единственное решение - изменения в стране!»

В отличие от оппозиции, действующие власти используют риторические восклицания реже, исключением является лишь Каха Каладзе, часто завершающий свои публикации девизом: *«Вместе – к успеху Грузии!»* Однако нельзя утверждать при этом, что члены партии «Грузинская мечта» не используют лозунги. С развитием интернета меняется оформление слоганов. Поэтому риторические восклицания имеют место в публикациях грузинских политиков, только в виде хэштегов, что логично: блогосфера как особое инфокоммуникационное пространство определило возникновение новых видов текста, в которых элементы традиционных СМИ сочетаются с новыми медиапродуктами. Так, анализируя кампанию перед парламентскими выборами в Грузии, в публикациях членов партии «Грузинская мечта» можно отследить общие тенденции моделирования текста, отличающиеся от подходов оппозиции.

Михаил Саакашвили не использует хэштеги в своих публикациях. Григол Вашадзе же долгое время применял теги сугубо по назначению – для категоризации текста: с марта по май 2020 года тексты Вашадзе, посвященные теме пандемии, сопровождались следующими ключевыми словами: #დარჩისახლში («оставайся дома»); #სოციალურიპასუხისმგებლობა («социальная ответственность») и #კორონავირუსი («коронавирус»).

Несколько иначе оформлены тексты в блоге президента Саломе Зурабишвили. Помимо хэштегов, маркирующих публикации по темам и тенденциям, ее тексты завершают хэштеги-лозунги. Так, объявив 15 июня 2015 г. об открытии внутреннего туризма в стране, Зурабишвили опубликовала серию текстов, рассказывающих об ее путешествиях по Грузии, которые она традиционно завершала лозунгами «Открой для себя Грузию» и «Путешествуй по Грузии». Однако данные лозунги были оформлены в виде следующих хэштегов:

- #აღმოაჩინესაქართველო («Открой для себя Грузию»);
- #იმოგზაურესაქართველოში («Путешествуй по Грузии»).

Интересно, что в ходе парламентских выборов Григол Вашадзе, используя лозунги в своем блоге, вместо традиционного их написания выбрал формат хэштега:

- #გრიგოლვაშაძემდეპარტიტარად («Григола Вашадзе в депутаты-мажоритары»);
- #ქუთაისისპარლამენტოქალაქი («Кутаиси – парламентский город»);
- #მიშაპრეზიდენტად («Мишу в президенты»).

Примечательно, что слоган «Мишу в президенты» созвучен с девизом, ранее звучавшим на президентских выборах Грузии: «Саломе в президенты», также оформленным в виде хэштега.

В связи с требованиями социальных сетей меняются и правила оформления лозунгов. В частности, в блогосфере слоганы, записанные в формате хэштегов, написаны без восклицательного знака, поскольку знаки препинания не поддерживаются в хэштегах. Тем не менее, можно прийти к заключению, что хэштеги абсолютно соответствуют принципам лозунга и концепции публицистического стиля в целом. Задача публицистического стиля – воздействовать на сознание массового читателя, а функция хэштега – способствовать формированию целевой и социально ориентированной аудитории. Данный стиль включает в себя две функции – информационную и воздействующую, когда хэштег обеспечивает большую вовлеченность пользователей в публикации на определенную тему. Более того, яркий и оригинальный хэштег служит в сознании обывателя одним из самых запоминающихся элементов, связанных с инфоповодом (поэтому многие современные социальные движения и флешмобы, стихийно возникшие в интернете, получают названия по самым нестандартным хэштегам, связанным с данными акциями: #меняневзяли; #JustDoIt и т.п.).

Подробный анализ речевых портретов армянских политиков в современной блогосфере приведен в следующем параграфе.

2.5. Речевые портреты армянских политиков в блогосфере и их влияние на медиареальность

Изучение конструирования лексического словаря армянских политиков и объединения данных словарей в общий, абстрактный разговорник вновь показывает превалирование имен существительных. Из 126 слов, составивших словарь политиков Армении, 96 являются именами существительными. Также словарь насчитывает 17 имен прилагательных и 13 глаголов.

Среди имен существительных можно выделить такие топонимы, как «Армения», «Азербайджан», «Карабах», «Турция», «Россия» и «США».

Таким образом, лингвистические показатели отражают ряд нелингвистических факторов: нестабильную политическую ситуацию в регионе, государства, которые общество Армении относит к числу агрессоров (топонимы «*Азербайджан*» и «*Турция*» чаще всего встречаются в блогах армянских политиков в сочетании с существительным «*агрессия*»). Чаще всего Азербайджан в своих публикациях прямо упоминает президент Армен Саркисян (99 раз за изученный период), в блоге Наиры Зограбян название государства фигурирует 55 раз, в блоге Эдмона Марукяна – 26 раз, Никол Пашинян же использует данный топоним 13 раз. Руководитель непризнанной республики Нагорный Карабах Араик Арутюнян не использует в текстах топоним «*Азербайджан*», выбирая вместо него формулировки «азербайджанское правительство» или антропоним «*Ильхам Алиев*».

Единственным антропонимом, который присутствует во всех изученных блогах, является имя «*Армен Саркисян*», что связано с активностью президента Армении в обсуждении карабахского конфликта в международных СМИ, а также его участием в культурной, образовательной, научной и общественной жизни страны. Представитель оппозиции Наира Зограбян чаще всего не называет в публикациях Никола Пашиняна по имени, обращаясь к нему по должности – «*премьер-министр*».

Имена прилагательные, входящий в единый словарь политиков, в основе своей относятся к категории качественных, отражающих общественно значимые признаки: «*военный*», «*государственный*», «*исторический*», «*международный*», «*национальный*», «*политический*», «*правовой*», «*социальный*» и т.п.

Также в словаре можно выделить несколько существительных-хрононимов: «*эпидемия*», «*коронавирус*» и «*война*», что демонстрирует, на какие основные временные отрезки делит 2020 год для себя армянская общественность.

Армянский политический блогинг также характеризуется однородностью лексики всех политических деятелей, ставших объектами анализа. Такое совпадение объясняется военным конфликтом: с сентября 2020 года критические публикации в адрес Никола Пашиняна в блогах Эдмона Марукяна и Наиры Зограбян отсутствуют, что демонстрирует консолидацию власти и оппозиции в период войны. Оценочная лексика направлена исключительно на Азербайджан и Турцию. Используя тональный словарь «PoliSentiLex», мы можем наблюдать следующее:

Блог Никола Пашиняна до сентября 2020 года является преимущественно нейтральным (количество негативных публикаций с февраля по август включительно в процентном соотношении равнялось 31%). С сентября количество негативных публикаций выросло на 8%.

В блоге Армена Саркисяна контент с февраля до сентября 2020 года является позитивным (45% контента), либо нейтральным (40%), негативные публикации посвящены либо пандемии, либо трагическим памятным датам. С сентября 2020 года в блоге президента проявляется умеренно негативный контент, направленный на критику действий Азербайджана и Турции.

Блог Наиры Зограбян можно считать умеренно негативным, поскольку 53% публикаций посвящены отрицательным информационным поводам.

Блог Эдмона Марукяна преимущественно нейтрален (45% контента можно категоризировать как умеренно негативный).

Примечательно, что даже несмотря на военное положение, блог Араика Арутюняна содержит значительную долю позитивного контента – 35%. В блоге Арутюняна рассказывается в основном о победах карабахской армии обороны, страница также содержит много торжественных лозунгов. Данную позицию руководитель Арцаха аргументировал стремлением поддерживать дух армии:

«Армия обороны блестяще выполняет поставленную перед ней боевую задачу, заставляя противника нести значительные потери в живой силе и технике».

«Война, конечно, не окончена, но высокий уровень боеспособности, профессионализма, решимости, патриотизма, которым обладает наша армия, вселяет уверенность и боевой дух.

Во имя нашей священной Родины, к оружию!»

«Мы одержим победу и обеспечим будущим поколениям жизнь в мире и безопасности на собственной земле, на своей Родине.

За дело!»

«Очередным блестящим военным маневром Армия обороны не только освободила одну из потерянных позиций, но и смогла спасти жизни 19 наших солдат, которые за несколько дней до этого храбро противостояли врагу, и вместе того, чтобы отступить, были вынуждены скрываться в ближайшем лесу, ожидая контрнаступления нашего войска.

Между прочим, в результате данной операции враг понес большие потери военной техники, и оставляя на поле боя более ста трупов, быстро отступил.

Слава нашей армии!

Слава всемогущему Господу!»

Торжественная лексика с элементами позитивизма присутствует и в некрологах, публикуемых Араиком Арутюняном. Сообщая о смерти одного из участников армии обороны Рустама Гаспаряна, к примеру, Арутюнян завершает публикацию следующими словами:

«Народ, рождающий Рустамов, невозможно победить».

Безусловно, введение военного положения определяет коннотат Азербайджана и Турции, носящий абсолютно негативный характер. Также важно отметить, что в армянской блогосфере существуют устойчивые ассоциативно-смысловые цепи, связанные с государствами, которые грузинские политики не упоминают вовсе: это, например, Иран и Ливан. Данные страны в текстах армянских политиков ассоциируются с проживающими там соотечественниками. Данный факт демонстрирует, что в Армении связь с диаспорой более прочна и глубока, чем в Грузии, где о

грузинских эмигрантах говорит лишь Саломе Зурабишвили. К слову, в отношении соседней Грузии армянские политики используют нейтральный коннотат. Что касается государств Европейского союза и США, политики Армении придерживаются тактики осторожного позитива, подчеркивая, что настроены на сотрудничество с западными институтами, и при этом особенно выделяя роль Франции – вновь в связи с большой армянской диаспорой. Армянские землячества развиты также в таких странах-державках, как Китай и Индия, в связи с чем коннотация данных стран носит тоже либо нейтральный, либо позитивный характер.

Для исследования ассоциативно-смысловых цепей в публикациях политиков Армении снова был использован полуавтоматический метод анализа семантического ядра текстов на основе онлайн-сервиса «Advego». В качестве первого примера рассмотрим, какие ассоциативно-смысловые цепи проявляются в блоге Никола Пашиняна:

Азербайджан – война, боевые действия, агрессия, милитаризм, угроза.

Турция – геноцид, экспансия, наемные террористы.

Россия – ЕАЭС, союзник, договор, соотечественники.

Китай – сотрудничество, борьба с коронавирусом.

Франция – соотечественники.

Ливан – помощь, братское государство.

ЕС – развитие отношений.

Бельгия – сотрудничество.

Грузия – армянская община, переговоры, дружественные отношения.

Схожей позиции придерживается и президент Армен Саркисян:

Азербайджан – крупномасштабная военная агрессия, ужасный враг, этническая чистка, война.

Турция – геноцид, преступление, изгнание, убийство армян, исламистские боевики, запугивание.

Израиль – оружие.

Россия – союзник Армении, стратегическое партнерство, доверие, благодарность, восстановление мира, союз, Великая отечественная война, победа.

Франция – посредничество, восстановление мира, защита памяти жертв геноцида.

США – посредничество, восстановление мира в Карабахе.

Индия, Китай – сотрудничество.

Ливан – помощь, соотечественники, поддержка, дружественный народ.

Сербия, ОАЭ – гуманитарная помощь, борьба с коронавирусом.

Италия – развитие.

Идентичные взгляды в своем блоге демонстрирует глава Арцаха Араик Артуноян:

Азербайджан – агрессия, война, враг, нападение, террористическая группировка, цель оккупации и физического уничтожения армянского народа, очаг терроризма, диктатор, преступление.

Турция – агрессия, открытая поддержка террористической группировки, противоречия современным представлениям о человеческой цивилизации, геноцид.

Россия – важная роль, прочный, долгосрочный мир, урегулирование конфликта, Минская группа ОБСЕ.

Сирия, Испания, США – диаспора.

Ливан – диаспора, помощь, братья и сестры, готовность поддержать.

Схожую лексику использует и Наира Зограбян, представляющая оппозицию:

Франция – сопредседатель Минской группы ОБСЕ, соотечественники, помощь.

Россия – сопредседатель Минской группы ОБСЕ, неоценимые усилия, соотечественники.

США – ОБСЕ.

Турция – посредничество, наемные террористы, война, диктатор, исламизация.

Азербайджан – агрессия, грубое нарушение, безнаказанность, военный преступник, масштабное нападение, уголовная ответственность, стадо, война, бомбардировка, монстр.

Грузия – соседняя страна.

Латвия – обучение армянских студентов.

Ливан – соотечественники.

Несколько отличается от риторики всех вышперечисленных политиков коннотация, используемая в блоге Эдмона Марукяна. Марукян неоднократно призывал армянское правительство принять решение о выходе из ОДКБ, ЕАЭС и сосредоточиться на укреплении взаимоотношений с Европейским Союзом, считая, что при этом Армения сможет сохранить союзнические отношения с Россией. Поэтому в отношении РФ Эдмон Марукян использует умеренно позитивную лексику:

Азербайджан – агрессия, обезглавили, противник, грубо нарушили, враг, варвар, террор, диктатор, международное преступление, провокации, режим, угроза международному миру.

Турция – истребитель.

Россия – посредничество, перемирие.

Грузия – общие границы, дружественная страна.

Иран – дружественная страна, диаспора.

Франция – диаспора.

США – дружная группа.

Великобритания – коронавирус.

Литва, Польша, Румыния, Норвегия – демократия.

Как мы видим, в армянской политической блогосфере оценочная лексика распространена равномерно, в адрес государств-противников. С сентября процент эмоционально заряженной лексики повышается в связи с

введением военного положения в Армении, однако политические деятели стараются, тем не менее, придерживаться умеренной риторики, используя преимущественно термины из области международных отношений: «агрессия», «эскалация конфликта», «угроза милитаризма» и т.п.

Единственным исключением, позволяющим себе откровенно эмотивную лексику, является Наира Зограбян, использующая в текстах прямые инвективы в адрес Азербайджана и непосредственно президента Ильхама Алиева, в том числе разговорно-просторечную лексику, жаргонизмы, агрессивные метафоры и грубую иронию:

«Невозможно объяснить здравым смыслом, как человек может стать таким зверем, таким чудовищем» - инвективные лексемы с элементами агрессивной метафоры;

*«Азербайджанское **стадо** обстреляло Храм Спасителя Казанчеоц в Шуши, одно из христианских чудес Арцаха»* - жаргонизм;

*«**Азерибаран**»* - пейоративное высказывание, носящее элемент грубой иронии и агрессивной метафоры;

*«Таким **монстром** может быть только Алиев»* - инвективная лексема с осознанным метонимическим употреблением.

Наира Зограбян в основном употребляет разговорный стиль речи в своем блоге. В отличие от нее, остальные политики чаще прибегают к официально-деловому стилю, что проявляется в превалировании повествований в третьем лице в текстах дипломатического подстиля, например:

«Эмануэль Макрон направил письмо Армену Саргсяну».

Также в блоге президента Армении можно заметить речевые клише – в частности, протоколизмы и канцеляризмы:

*«Президент Республики Армения Армен Саргсян **почтил память жертв Геноцида армян в Цицернакаберде**».*

*«**По поручению Президента республики Аппарат Президента оказал помощь пострадавшим семьям**».*

Президент Нагорно-Карабахской республики Араик Арутюнян тем временем предпочитает характерную для делового стиля форму «мы» для деперсонализации текстов, связанных с войной:

«Приветствуем усилия государств-сопредседателей Минской группы ОБСЕ и Республики Армения, направленные на прекращение огня и деэскалацию напряженности в зоне азербайджано-карабахского конфликта».

Помимо этого, Арутюнян часто использует перифразы, позволяющие ему не допускать чрезмерного упоминания должностей:

«Обе стороны подчеркнули недопустимость действий, подрывающих стабильность в регионе, и участия в них внешних и террористических сил», - перифраз «стороны» в данном случае заменяет повторное указание имени самого Араика Арутюняна и Виталия Милонова.

«Арцах высоко ценит подвиг своего героя», - перифраз «Арцах» используется вместо перечисления депутатов, управляющих республикой.

Не менее востребован в политических блогах Армении и страдательный залог. В качестве примера рассмотрим цитаты из блога Армена Саркисяна:

«Запущен детский сайт Президента Республики».

«В Администрацию Президента было направлено более 50 работ».

«Сегодня состоялся телефонный разговор Президента Республики Армена Саркисяна с Его Святейшеством Гарегином Вторым».

Глаголы в страдательном залоге использует и Никол Пашинян для оформления отчетов перед аудиторией:

«Всего за пять часов в рамках принятой правительством восьмой антикризисной меры 1 миллиард драмов был распределен среди 14 тысяч 685 бенефициаров через цифровую платформу».

Страдательный залог широко распространен и в отчетах Араика Арутюняна:

*«Для осуществления мероприятий, предусмотренных данным указом, а также обеспечения применения временных ограничений прав и свобод и организации единого управления силами и средствами, **создана** комендатура, для управления которой комендантом **назначен** директор Государственной службы чрезвычайных ситуаций Республики Арцах Карен Саргсян».*

*«Сегодня моим указом министру обороны Республики Арцах Джалалу Арутюняну **было присвоено** воинское звание генерала-лейтенанта».*

*«**Все находится** под моим непосредственным и полным контролем и **координируется**».*

Анализируя функциональные стили речи в блогах армянских политиков, интересно выделить столь оригинальный для местной медиареальности формат публикаций, как резолюция, к которому часто прибегает Эдмон Марукян, являющийся адвокатом по специальности. Что касается блога Армена Саркисяна, здесь можно увидеть сочетание официально-делового и разговорного стилей речи – желая осветить один инфоповод с нескольких ракурсов, президент использует оба стиля. Примером может послужить серия публикаций, посвященная Дню защиты детей.

Первая публикация в честь праздника носит деловой характер, о чем свидетельствует наличие речевых штампов, официальных обращений и страдательного залога в тексте:

«По поручению президента Армена Саркисяна по случаю Дня защиты детей представители аппарата президента посетили детский дом Мари Измирлян, где также были зарегистрированы случаи заражения коронавирусом. От имени Президента Саркисяна и госпожи Нуне Саркисян они передали детскому дому защитные маски и сладости, а также книги сказок, написанные госпожой Нуне Саркисян».

Следующая же публикация адресована самим детям, поэтому носит разговорный характер:

«Дорогие дети, мои младшие друзья,

Я знаю, что сейчас очень сложно сидеть дома, когда вас зовут природа, двор, игра. Спасибо за терпение и понимание. Считайте, что сегодняшние трудности и неудобства - это ради лучшего завтрашнего дня и мечты».

Следующие публикации вновь носят официально деловой характер:

«Президент Саркисян поздравил с Днем защиты детей».

«Запущен детский сайт Президента Республики».

Через веб-сайт дети могут познакомиться не только с функциями Президента Республики, текстом присяги Президента, но и с информацией о функциях Президента Республики, а также узнать, кто может быть Президентом и как избирается Президент Республики, с помощью видеороликов и видеороликов, доступных на армянском и английском языках».

Между тем, в блоге Никола Пашиняна преобладает разговорный стиль, что можно объяснить изначальной профессией премьер-министра. Будучи газетным журналистом, Пашинян предпочитает рассказывать о своих официальных визитах и командировках в виде репортажей с места событий в прямом эфире, в текстах же ведет повествование от первого лица, используя короткие предложения с преобладанием глаголов:

«Я в одной из теплиц Азатавана».

«Я побывал в Араратской области. Я буду в нескольких общинах, чтобы познакомиться с процессом сельскохозяйственных работ».

«Я немного погулял по Центру».

«Я на работе. Мы обсуждаем, есть ли необходимость в объявлении чрезвычайного положения в связи с коронавирусом в республике».

«Я начинаю флешмоб по посадке 10 миллионов деревьев в Армении».

«Я принес фиалки матерям, сестрам и дочерям села Карашамб».

Такого же стиля придерживается Араик Арутюнян, рассказывая о встречах с населением или солдатами армии обороны:

«Я продолжаю оставаться на передовой рядом с нашими героическими ребятами».

«Сегодня я созвал расширенное рабочее совещание».

«Только что я встретился с нашими первыми добровольцами».

Выше мы уже пришли к выводу, что в текстах армянских политиков высока доля эмотивности. Это подтверждает и наличие в текстах различных конструкций экспрессивного синтаксиса. К примеру, Наира Зограбян использует прием парцелляции как призыв к дополнительному осмыслению текста.

«Этот красивый, яркий, интересный и талантливый мальчик - Аллен. Аллен, погибший за нашу родину».

«Мы понимали, что произошло, но все хотели, чтобы мальчик на этой картине жил».

И все мальчики».

Также в блоге Зограбян присутствует сочетание сразу двух конструкций – парцелляции и лексической анафоры.

«Но победы постоянны ... Они постоянны, если они подкрепляются укреплением и развитием Родины. Они постоянны, если мы сохраняем бдительность и боеготовность».

Применяется в текстах Наиры Зограбян и анафора стилистическая, преследующая цель усилить впечатление читателей от публикации и подчеркнуть негативное явление, ставшее информационным поводом в блоге.

«Инфекционная больница "Норк" приняла первого пациента с коронавирусом. Инфекционная больница "Норк" обслуживает тех, кто был изолирован от коронавируса во время всего этого кошмара».

Инфекционная больница «Норк» обслуживала все гостиницы, в которых содержались пациенты с тестом на коронавирус и больные горожане».

А в 29-ю годовщину независимости Армении ни один врач Норкской инфекционной больницы и ни один врач не был в списке награжденных государственной наградой».

Синтаксическую анафору, желая придать текстам эмоциональность, использует президент Саркисян.

«Я понимаю положение ваших семей. Я разделяю ваши опасения. Я понимаю, что значит быть без работы в этой ситуации».

«Да благословит Бог нашу армию.

Да благословит нас всех Бог».

Можно считать, что повторения – это самая популярная фигура экспрессивного синтаксиса в армянской политической блогосфере. Оперирует данным приемом и Араик Арутюнян:

«Я горд и благодарен нашей армии и командованию за высокий боевой дух и боевую готовность.

Я горд и благодарен нашему народу за проявленный в этот период здравый смысл, за самоотверженность и преданность Родине и Фронту.

Я горд и благодарен нашим соотечественникам, проживающим в Ресублике Армения и ее властям за безоговорочную поддержку».

Также стоит выделить умолчания, или коммуникативно незавершенные высказывания в блоге Наиры Зограбян. С помощью умолчаний автор в публикации о погибших армянских солдатах пытается вовлечь аудиторию в осмысление масштаба трагедии для страны и общества.

«Вот такие ангелы. Можно сойти с ума.

Больше не выдержу».

Кроме умолчаний, распространены в текстах Зограбян риторические вопросы, представляющие собой утверждения, только в вопросительной форме из-за очевидности ответов.

«Вы серьезно относитесь к тому, что говорите, что у вас нет необходимых доказательств участия Турции в военном конфликте?»

Что еще должна сделать Турция, какие еще заявления должны сделать Эрдоган и Чавушоглу, чтобы вы «переводили» внешние встречи и расплывчатые заявления, сделанные между вашими перерывами на кофе, и наконец взяли Турцию за руку, чтобы предотвратить региональную преступность и катастрофу?»

Благодаря условности таких вопросов Наира Зограбян подчеркивает выразительность своих обращений к официальным органам:

«Остальные персонажи в ООН, НАТО и «мировом сообществе» вы все еще плохо это видите?»

«Уважаемая Организация Объединенных Наций, вы серьезно?»

Министр иностранных дел Турции Мевлют Чавушоглу, один из самых антиармянских деятелей Турции, недавно заявил, что Турция готова оказать прямую военную помощь Азербайджану в конфликте с Нагорным Карабахом.

Турция всегда оказывала прямую и косвенную военную помощь Азербайджану, и Турция вовлечена в эту войну всеми своими частями».

Эффект от риторических вопросов Наира Зограбян стремится усилить использованием заимствований и идиом:

«Что это за беспрецедентная мобилизация в армии фейков, что это за период дезинформации о том, что вы раздаете 10 тысяч драмов для участия в митинге? Неужели вы не понимаете, что тем самым оскорбляете гражданина, выступающего против вашей образовательной ржавчины и аджабсанда?»

Английское заимствование «фейк» наделено негативным коннотатом, что подчеркивает критику состояния сферы образования в Армении. Усиливают эмоциональность и критический характер текста следующие идиомы: «образовательная ржавчина» («нечто устаревшее и не являющееся актуальным»), а также «аджабсанда» (традиционное блюдо, представляющее собой овощную смесь»).

В блоге Никола Пашиняна риторические вопросы в силу крайней очевидности носят характер укора населения в период первой волны пандемии:

«Что мы делаем не так, что наши дорогие соотечественники с таким пренебрежением относятся к своему здоровью и здоровью окружающих?»

«Следует ли нашему правительству, сформированному в диалоге с Гражданином, говорить с Гражданином языком принуждения, чтобы повысить его готовность сохранить свое драгоценное здоровье?»

Эдмон Марукян во время ЧП из-за пандемии тоже использует риторические вопросы для демонстрации критики, однако адресатом его текстов является не народ, а власти Армении.

«Сколько денег вернули в госбюджет в рамках борьбы с коррупцией?»

«140 тысяч человек на данный момент безработные, они находятся в тяжелом социальном положении, недовольны, отсюда и началось неповиновение. В ответ на все наши предложения вы сказали, что все знаете и правильно делаете, чего вы хотите от оппозиции сейчас?»

«Что делать людям, которым нужно на работу, но у них нет денег на такси?»

Такие обстоятельства, как пандемия и война, повлияли на рост популярности призывов в блогах армянских политиков. Никол Пашинян, например, в период ограничений неоднократно публиковал лозунг:

«Носите маску, спасайте жизни!»

Призывы в блоге Араика Арутюняна связаны с нестабильной обстановкой на территории Нагорного Карабаха и мобилизации мужской части населения республики, а также армян, живущих за границей, но желающих вступить в армию обороны в качестве добровольцев:

«Возвращайтесь, пока не поздно!»

«Поспешите присоединиться к своим братьям!»

В период обострения конфликтов между армянами и азербайджанцами в России в августе 2020 года, когда продуктовые магазины, принадлежащие

предпринимателям-этническим азербайджанцам, внезапно отказались от сотрудничества с армянскими поставщиками, призывы используются и в блоге Наиры Зограбян:

«Помогите нашим соотечественникам, отправляйтесь на стоянку рынка «Фуд Сити» и купите фрукты, привезенные из Армении».

В армянской политической блогосфере встречаются еще и типичные для электронной коммуникации графические приемы выделения определенных членов предложения с целью усиления их выразительности, броскости, привлечения внимания. К написанию слов с применением только заглавных букв прибегает Араик Арутюнян, завершающий свои публикации фразой:

*«Я с вами до **ПОБЕДЫ**».*

Также в блоге Араика Арутюняна можно заметить и выделение понятия «диаспора». Таким образом руководитель Нагорно-Карабахской республики подчеркивает важность и ценность армянских соотечественников.

*«Я горд и благодарен за тысячи звонков и слов поддержки, поступающие от нашей **Диаспоры**».*

Подтверждением факта, что хэштеги-лозунги стали неотъемлемой частью публицистического стиля в блогосфере, являются тексты армянских блогеров в период обострения карабахского конфликта. Чтобы привлечь внимание общественности к происходящему в Арцахе, создать тенденцию к обсуждению данной темы сразу большим количеством пользователей, армянские блогеры сопровождали каждую публикацию на тему войны в Нагорном Карабахе определенным хэштегом-лозунгом. К примеру, президент Армен Саркисян маркировал свои публикации на тему Карабаха тегом #ArtsakhStrong. Депутат Наира Зограбян категоризировала все тексты, связанные с Арцахом, в своем блоге хэштегом #Հ ԱՂԹԵԼ ՈՒ ԵՆՔ («Мы победим»). Аналогичные теги - #мыпобедим; #Ibelieveinourvictory, - использовал в своем блоге глава непризнанной республики Араик Арутюнян.

Ранее, в мирное время премьер-министр Армении Никол Пашинян также использовал лозунг «Построим новую Армению» в виде ключевой фразы: *#Մեր նորը կառուցենք միասին և նորը կառուցենք*.

Выводы по второй главе:

В результате контент-анализа блогов политических деятелей Армении и Грузии мы можем прийти к следующим выводам:

- персонификация политического блога повышает известность и авторитетность как самого представителя партии, так и самой партии в целом. Об этом свидетельствует краткий компаративный анализ политических блогов Армении и Грузии в зависимости от степени персонификации. Сравнение блогов ведущих политиков двух государств показывает прямую зависимость популярности блога от степени выражения авторской субъективности;

- анализ лексикона каждого из представителей политики в грузинской и армянской блогосфере позволяет оценить вербально-грамматический аспект речи и, соответственно, стилистику текстов грузинских политиков.

Анализ речевых портретов известных политиков Армении в блогосфере демонстрирует некоторое сходство и общие тенденции с политическим блогингом Грузии. В парадигме блогинга публицистический стиль политиков обеих стран подвергается трансформациям – в частности, восклицания и слоганы становятся выгодно оформлять в виде тега, поскольку в таком виде они привлекают больше аудитории в блог, а также отражают основной концепт как публикации, так и страницы в целом, поскольку по правилам публицистического стиля слоган содержит два компонента – эмоциональный и интеллектуальный.

Как и в грузинской блогосфере, в политическом блогинге Армении можно проследить определенное единство взглядов для всех политиков, проявляющееся в выборе коннотата при описании других государств.

Однако, если Грузия наделяет Россию исключительно негативной коннотацией, в блогах армянских политиков в отношении РФ используется, напротив, коннотация позитивная, поскольку страна является ключевым партнером для Армении, а также в составе Минской группы ОБСЕ с 1992 г. играет важную роль в урегулировании карабахского конфликта. Впрочем, если в грузинской блогосфере оценочная лексика чаще наблюдалась в риторике оппозиции, армянский блогинг характеризуется однородностью словаря среди всех политических деятелей

Чаще всего в текстах грузинских и армянских политиков фигурируют абстрактные имена существительные и качественные имена прилагательные. Однако, в отличие от грузинского блогинга, в политическом сегменте блогосферы Армении антропонимы не пользуются популярностью.

Глава 3. Трансформация жанров блогинга Армении и Грузии

3.1. Конвергенция жанров медиатекстов в блогосфере Армении и Грузии

Техническая специфика цифровой среды, отличающаяся постоянными, взаимосвязанными обновлениями медиаплатформ и электронных носителей, с которых обеспечивается доступ к данным ресурсам, также предполагает регулярную трансформацию в области жанровой классификации. Блог сам по себе является подтверждением данного факта: зародившись как форма личного дневника, доступного в формате онлайн и существующего лишь в рамках сайта, со временем он приобрел черты СМИ и некоторые элементы трансмедийности – один и тот же блог может существовать не только на сайте, но и одновременно в различных социальных сетях, создавая разные истории, в композиции, образующие единую «вселенную автора».

Увеличение возможностей для среднестатистического блога обусловило и его жанровые изменения. Первоначально блоги в силу фрагментарности публикуемых в них записей с указанием даты воспринимались как разновидность жанра дневника. Однако развитие технологий, популяризация блогинга, следовательно, возникшая конкуренция и необходимость поиска новых видов оформления и подачи блога с целью привлечения аудитории привели к эволюции блогосферы, которая на сегодняшний день характеризуется отсутствием четких жанровых критериев и жанровой неоднородностью. Впрочем, для дальнейшего анализа трансформации жанров в блогосфере необходимо определить значения основных терминов, используемых в данной части исследования.

Известно, что термин «жанр» впервые был использован во французской теории академического искусства, где существовало деление объектов искусства на «высокие» и «низкие» жанры в зависимости от темы и сюжета.

Согласно определению В. Е. Чернявской, термин «жанр» является специфическим способом отражения и одновременно анализа действительности, а потому относится к способам определения структурно-организационной формы произведения²²⁹.

Преыдушие главы данного исследования позволяют прийти к выводу, что блог является одним из средств публицистики. В связи с этим логично указать и определение А. Е. Базановой, по мнению которой, жанр в публицистике представляет собой «относительно устойчивую систему средств воспроизведения действительности»²³⁰.

Есть ли необходимость разграничивать традиционные жанры и жанры, существующие в интернет-среде? М. А. Ульянова, к примеру, дает следующее, глобальное определение жанра: устойчивая модель речевой деятельности, зависящая от области и факторов коммуникации. Однако также исследователь использует дополнительный термин «жанр интернет-дискурса», подразумевающий специфическую форму коммуникативного выражения в онлайн-среде²³¹.

О. В. Лутовинова, в свою очередь, предлагает понятие «виртуального жанра» - оно также относится к обозначению коммуникации в интернет-сети, однако, если речь идет о блогинге, может подразделяться на два типа:

- дискурсообразующие виртуальные жанры (тексты, соответствующие конкретной коммуникативной обстановке);
- дискурсоприобретенные виртуальные жанры (устойчивые типы высказывания, зависящие от правил онлайн-общения и технических стандартов – чат, комментарии, микроблоги и т.п.)²³².

²²⁹ Чернявская В. Е. Научно-исследовательская статья как вербализация нового научного результата (на материале лингвистики). *Жанры речи*. 2016. № 1 (13). С. 56-64.

²³⁰ А.Е. Базанова. *Основы теории публицистики и литературно-художественной критики*. Учебно-методическое пособие. Москва. 2016. С. 44.

²³¹ М. А. Ульянова. Классификация жанров интернет-дискурса - <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-zhanrov-internet-diskursa/viewer>

²³² Лутовинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса. Волгоград. Перемена. 2009. 477.

А. Л. Дмитрировский предлагает рассматривать любые жанры, как онлайн, так и офлайн-формата, сразу как динамичную и многоуровневую систему форм восприятия картины мира и ее оценки²³³. В свою очередь, другой исследователь, А. А. Тертычный представляет следующую классификацию жанров, признанную в теории публицистики:

- информационные жанры, к которым относятся заметка, отчет, пресс-релиз, репортаж или специальный репортаж, бриц, мини-комментарий, информационное интервью, информационная корреспонденция, а также некролог;

- аналитические жанры – в данную группу жанров входят аналитический отчет, аналитическое интервью, опрос, беседа, социологическое резюме, рейтинг, мониторинг, комментарий, аналитическая корреспонденция, анкета и рецензия, аналитическая статья, расследование, обзоры и обзрения, прогноз, эксперимент, рекомендация, аналитический пресс-релиз и другие;

- художественно-публицистические жанры, к числу которых можно отнести очерк, памфлет, пародию, житейскую историю, эпитафия, фельетон, анекдот, игру и легенду²³⁴.

Как пишет А. Г. Качкаева, вышеперечисленные классические журналистские жанры востребованы и по сей день, однако в мультимедийном пространстве они дополняются новым инструментарием (ключевыми словами и ссылками, по которым можно оперативно найти публикацию в сети и которые, таким образом, стали играть не меньшую роль, чем интригующий заголовок и вводный абзац). Вместе с тем, разграничения между жанрами стали весьма размыты, поскольку в цифровой среде аудитория предпочитает нелинейные публикации – в теле одного материала может сочетаться сразу несколько жанров и форматов, и особенно наглядно это проявляется на примере блога.

²³³ Дмитрировский А. Л. Жанры журналистики. Ученые записки Орловского государственного университета. №4 (60). 2014. С. 149.

²³⁴ Тертычный А. А. Жанры периодической печати. Учебное пособие. Аспект Пресс. 2011. 320 С.

По мнению Качкаевой, блог можно рассматривать в следующих двух аспектах:

- как новый мультимедийный жанр (если блог оформлен как дневник, либо как авторская колонка);
- как авторское СМИ (поскольку создатель блога проявляет себя и в роли автора, и в роли редактора, а также корректора, модератора комментариев, фотографа, оператора, бильд-редактора и т.п.)²³⁵.

Впрочем, в обоих случаях мы можем наблюдать определенные жанровые изменения в условиях блога: материалы, публикуемые в блогосфере, отличаются большей свободой формы и содержания (к примеру, в них часто нет ограничений по количеству знаков в тексте, аудиовизуальному оформлению и т.д.), интерактивностью, а также комбинацией сразу нескольких форм медиатекста в одной публикации, особенно если речь идет о блоге в социальных сетях. Так как данное исследование основано преимущественно на анализе блогов в Facebook, ниже в качестве примера приведены наиболее распространенные форматы публикаций в данной социальной сети:

- текст;
- текст, дополненный различными иллюстрациями: как одним изображением, так и целой фото или видео галереей, которая, в свою очередь, может содержать подписи, отсылающие читателя к определенной части текста;
- изображение как законченное сообщение – мем или инфографика;
- видеосюжет как законченное сообщение: прямой эфир, потоковое видео с места событий в жанре репортажа, видеокomentarий или видеомост. Часто видеоряд сопровождают субтитры, поэтому уместно применять к блогам классификацию жанров А. А. Тертычного, пусть она изначально охватывала лишь традиционные журналистские жанры.

²³⁵ Журналистика и конвергенция. Почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные - <https://clck.ru/N9ryb>

Примечательно, что каждая из вышеперечисленных публикаций может содержать в себе черты информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров сразу. Как пример рассмотрим публикацию в блоге Кахи Каладзе, посвященную резонансному информационному поводу – демонтажу незаконных построек в тбилисском районе Африка, в ходе которого выяснилось, что в одном из полуразрушенных домов живет многодетная и нуждающаяся семья Алуашвили, в которой одинокий отец воспитывает шестерых детей. Семье Алуашвили была подарена квартира в Тбилиси за счет средств мэра города, о чем и рассказывается в публикации²³⁶.

В публикации отсутствует заголовок, оформлена она в виде прямого эфира, в котором проявляется смешение журналистских жанров. С одной стороны, прямой эфир Кахи Каладзе является репортажем, в нем присутствует динамика (мэр ведет репортаж - лично встречает новых владельцев квартиры и ведет повествование с места событий, создавая эффект присутствия и вызывая сопереживание зрителей). Однако также эфир содержит элементы заметки: он снят оперативно и актуально, связан с интересами аудитории, поскольку новость о семье Алуашвили стала одной из самых обсуждаемых в декабре 2020 года в Грузии, а также отличается краткостью изложения – хронометраж эфира составляет 11 минут.

Данную публикацию Кахи Каладзе можно отнести к событийной заметке первого типа по классификации А. А. Тертычного, так как она представляет собой последовательное изложение ответов на вопросы, что подтверждают цитаты мэра:

Что происходит? «Новоселье семьи Алуашвили».

Где? «В районе Самгори города Тбилиси».

Когда? «Сегодня». (28 декабря 2020 года).

Почему? «Многие болели за эту семью» (подразумевается реакция на новость о семье Алуашвили в социальных сетях, когда после демонтажа

²³⁶ Блог Кахи Каладзе. Публикация от 28.12.2020 - <https://www.facebook.com/124485667654878/videos/674959393182443>

дома в Facebook появился мем – коллаж двух фотографий: шестерых детей, оставшихся без крыши над головой, и сидящих дома детей самого мэра).

Как? «Вчера завершилось обустройство квартиры, была закончена уборка и занесена мебель».

Несмотря на то, что Каха Каладзе не участвует в обсуждении своих публикаций, тем не менее, в прямом эфире он задает тон беседы, происходящей в комментариях, соответственно, является модератором дискуссии. Комментарии – одно из условий жанра прямого эфира в Facebook, а значит, их тоже можно рассматривать как часть публикации.

Также в прямом эфире Кахи Каладзе присутствуют элементы отчета. Мэр рассказывает о результатах сноса незаконных построек в поселке Африка:

«Хочу отметить, что ни одна семья после демонтажа не осталась без жилья».

Параллельно в публикации Каладзе можно увидеть проявления проблемного очерка, так как предметом отображения в публикации выступает конкретная проблема – снос. Каладзе, как автор очерка, следит за ходом развития событий и выявляет способы решения данного случая. Как и положено жанру проблемного очерка, в репортаже Каладзе нет анализа закономерностей подобных ситуаций, внимание сфокусировано на определенной преграде (отсутствии жилья), которую преодолевают люди (семья Алуашвили при помощи самого Кахи Каладзе). При этом материал сопровождается переживаниями со стороны автора с целью осмыслить происходящее:

«Я очень рад, не могу скрыть эмоций. Я уверен, они тоже будут счастливы, и им будет комфортно в этой квартире».

Анализ данной публикации подтверждает теорию М. Н. Кима и Е. М. Пак о конвергенции журналистских жанров²³⁷. В медиаиндустрии конвергенция представляет собой процесс слияния традиционных и новых

²³⁷ Ким М.Н., Пак Е.М. Жанры печатных и электронных СМИ. Издательский дом ПИТЕР, СПб, 2020, 448с.

медиа, а значит, функциональное деление жанров на три группы (информационные, аналитические и художественно-публицистические) не утрачивает своей актуальности, однако подвергается определенной модификации. По мнению Е. М. Пак, структура сетевых жанров вынуждена постоянно адаптироваться к новым задачам, как журналистским, так и техническим, в связи с чем наблюдается гибридизация жанров. Как пишет М. Н. Ким, в условиях блога, например, элементы такого субъективного жанра, как эссе, не противоречат аналитике и документальной основе произведения.

О жанровых модификациях пишет и А. Е. Базанова, рассматривая их как средства достижения цели, стоящей перед публицистом²³⁸. По мнению исследователя, усложнение жанровой системы в публицистике является закономерностью. Любой жанр аккумулирует приемы и методы, используемые в подобных условиях ранее, вместе с тем автор произведения вносит в жанр нечто новое, что делает жанровые границы подвижными и изменчивыми. Потому процесс непрерывного изменения жанровых форм неизбежен.

Тенденция интеграции жанров проявляется и в блоге Саломе Зурабишвили. В 2019 году Зурабишвили опубликовала на своей странице репортаж, снятый программой «Имедис квира»²³⁹. Данный репортаж одновременно транслировался и по телевидению – на канале «Имеди», - и в блоге президента, что уже свидетельствует о конвергенции медиасредств. Однако в данном материале стоит обратить внимание и на сочетание таких информационных жанров, как репортаж и интервью, с художественно-публицистическим жанром очерка. Черты репортажа в материале проявляются через динамику событий, описание происходящего глазами очевидца (корреспондента телеканала «Имеди» Тамар Мерабишвили) и эффект присутствия. В то же время в публикации проявляется сущность

²³⁸ А.Е. Базанова. Основы теории публицистики и литературно-художественной критики. Учебно-методическое пособие. Москва. 2016. С. 44.

²³⁹ Блог Саломе Зурабишвили. Подготовка к Пасхе – Имедис квира. 29.04.2020 - <https://www.facebook.com/zourabichvilisalome/posts/4071131292904350>

очерка – согласно описанию А. А. Тертычного, в данном материале соединяются два начала: наглядно-образное (репортажное) и аналитическое. Данный очерк можно отнести к категории преимущественно-художественных, так как в нем преобладают художественные методы с целью придать материалу эмоциональность и образность:

«Гомбора, иди сюда, Гомбора!

Гомбора – четвероногий друг президента. Каждое утро он провожает Саломе Зурабишвили и потом ждет ее возвращения. Сегодня редкий случай, когда президент проявляет себя как домохозяйка. Саломе Зурабишвили готовится к Пасхе и, несмотря на ограниченность во времени, идет сама покупать продукты».

В данном случае мы видим использование символов: собака – «четвероногий друг», а существительные «президент» и «домохозяйка» в одном предложении демонстрируют многогранность президента. Дело в том, что предметом журналистского интереса в данном очерке является личность Саломе Зурабишвили, поэтому для описания ее образа наиболее подходит художественный метод. Он позволяет составить определенное представление о персонаже, системе его идеалов и ценностей, которую аудитория может сравнить со своей и таким образом начать симпатизировать герою. Иллюстративно здесь противопоставление – «несмотря на ограниченность во времени, идет сама покупать продукты». Оно подчеркивает, каким ценностям служит президент. Во второй главе исследования путем анализа предвыборной кампании в блоге был сделан вывод, что Саломе Зурабишвили делала ставку на национально-культурную детерминанту. Очевидно, что она акцентирует внимание аудитории на национальных символах и после победы на выборах – Пасха является одним из важнейших праздников в Грузии.

«Саломе Зурабишвили:

В детстве Пасха была главным праздником. В течение всей Страстной недели мы с семьей ходили в церковь. Мой отец, как основатель

церкви, считал, что это одна из тех недель, когда надо максимально точно выполнить все религиозные правила.

*Зурабишвили вспоминает, как много лет назад вместе с парижским церковным хором исполняла **грузинские** песнопения».*

Для очерка важно, как герой отстаивает свои ценности, и Саломе Зурабишвили вспоминает, как она старалась «*всегда отмечать Пасху, печь куличи и красить яйца*» - и «*в Париже, и в Африке, где не было грузин*».

Также основой очерка является нетривиальная ситуация, и в публикации «Подготовка к Пасхе» она тоже присутствует – это реакция горожан на появление президента в супермаркете.

«Президент спешит. У нее мало времени и много домашних дел. Выбирать продукты долго, в первую очередь надо выбрать ингредиенты, чтобы испечь куличи. Саломе Зурабишвили не перестает привлекать внимание граждан. Президент попадает в объектив не одного мобильного телефона в разных ракурсах. По дороге ее поздравляют с Пасхой».

Помимо этого, в материале можно выделить еще и жанр интервью, так как Тамар Мерабишвили применяет метод интервьюирования в вопросно-ответной форме:

«Часто ходите за продуктами, госпожа Саломе?»

«Часто ходить больше не могу. Но, когда мне нужно, когда праздник или когда друзья должны прийти, я иду».

Мерабишвили в данном интервью ставит своей задачей лишь донесение сведений о жизни президента до аудитории, не пытаясь как-либо их комментировать, что указывает на элементы информационного жанра.

Анализируя блоги политиков Армении, можно прийти к выводу, что и здесь происходит размывание традиционных жанровых форм. Однако, в отличие от грузинских политических деятелей, привлекающих к созданию контента на своих страницах профессиональных операторов, либо сотрудничающих со съемочными группами телеканалов, политики Армении не придают качеству контента столь большого внимания. К примеру, Никол

Пашинян в 2020 году выложил серию потоковых видео, снятых на мобильный телефон. Данные видео содержат в себе элементы репортажа, интервью и информационного отчета. Предметами отображения в публикациях Пашиняна являются новостные события – например, мониторинг соблюдения ограничений в связи с пандемией коронавируса в Ереване или открытие здания детского сада в селе Ранчпар²⁴⁰. Никол Пашинян не ведет репортаж сам, однако проявляет себя как интервьюер, задавая вопросы персоналу, после чего кратко излагает суть результатов, достигнутых благодаря строительству детского сада, что соответствует правилам написания отчета.

На фоне блога Никола Пашиняна аккаунт президента Армении Армена Саркисяна выглядит более классическим – в нем преобладают публикации, оформленные строго в жанре заметки, либо отчета. Данный подход к ведению блога, возможно, связан с первоначальной работой президента, долгое время служившего дипломатом, а также преподававшего в университете. Однако такие внезапные явления, как пандемия, оказывают влияние на многие сферы жизни, блогинг в том числе. В конце марта 2020 года Армен Саркисян принял участие в акции «Онлайн-занятия» в связи с переводом университетов Армении на удаленное обучение. В рамках флешмоба президент читал лекции, которые транслировались в сети (в первую очередь, в блоге президента) и по Общественному телевидению Республики Армения. Данные занятия были прежде всего ориентированы на учащихся Ереванского государственного университета по специальностям «физика», «информатика», «математика», «прикладная математика», а также «востоковедение»²⁴¹.

²⁴⁰ Другое качество, другая скорость – Пашинян о строительстве детсада в Ранчпаре.
<https://ru.armeniasputnik.am/society/20191203/21301675/Drugoe-kachestvo-drugaya-skorost-Pashinyan-o-stroitelstve-detsada-v-Ranchpare.html>

²⁴¹ Победить коронавирус – президент Армении решил испытать студентов. 20.03.2020
<https://ru.armeniasputnik.am/society/20200320/22462852/Pobedit-koronavirus-prezident-Armenii-reshil-ispytat-studentov.html>

Публикации Армена Саркисяна в рамках акции «Онлайн-занятия» можно причислить к формату «edutainment». С одной стороны, президент читал классические лекции, с другой – вносил в них элемент развлечения, используя художественно-публицистический жанр игры. Саркисян объявил для студентов из Армении и Нагорного Карабаха, а также студентов-этнических армян, проживающих за рубежом, конкурс. В рамках конкурса президент предложил написать студентам-востоковедам эссе, а математикам – создать математическую модель распространения пандемии и разработать рекомендации по ее предупреждению, основываясь на математических расчетах.

Причиной появления подобного конкурса в блоге президента стала потребность молодежи в развлечениях в период массовых ограничений и карантина. Интересно, что как тип публикаций игра считается художественным жанром, но в данном случае она выдержана в сугубо научном стиле. Данное изменение объясняется ограниченностью целевой аудитории в рамках флешмоба. Впрочем, составитель игры вправе сам выбирать ее тематику и предмет, в зависимости от своего уровня знаний и уровня знаний игроков.

Подчиняясь правилам жанра, Армен Саркисян создает правила и сюжет игры, а также игровую ситуацию – ею становится сама пандемия. Чтобы сделать атмосферу конкурса более интригующей, президент рассказывал о различных эпидемиях в истории человечества, их влиянии на дальнейшую жизнь общества и примерах успешной интеллектуальной деятельности на самоизоляции.

Обобщая примеры, приведенные выше, можно утверждать, что в блогосфере Армении и Грузии на сегодняшний день происходит размывание жанровых стандартов, их трансформация, модификация и конвергенция. Данные изменения обусловлены возникновением новых особенностей функционирования медиатекста и постоянно меняющейся в силу обстоятельств коммуникативной ситуацией в глобальной медиареальности.

Основным различием в конвергенции жанров в политической блогосфере Армении и Грузии является неоднородность подходов к созданию контента – если в Армении акцент делается на сиюминутности и оперативности публикаций, в Грузии не меньшее внимание уделяется визуальному качеству материалов. Тем не менее, при сравнении процессов слияния жанровых форм в блогосфере двух стран становится очевидным следующее явление: использование приемов сторителлинга. Публикации армянских и грузинских политиков привязаны к информационным поводам, однако, сочетая сразу несколько жанров, они строятся по принципу истории. Историей является демонтаж незаконно построенного дома в селе Африка и последующая покупка квартиры для нуждающейся семьи Алуашвили мэром Тбилиси, играющим роль второстепенного персонажа. Подготовка к Пасхе в доме президента Грузии Саломе Зурабишвили является персонифицированной историей, поскольку президент в ней становится главным персонажем. Менее заметно присутствие авторского «я» в историях Никола Пашиняна, в которых он выступает с позиции хроникера. Истории о пандемии в качестве примеров на своих онлайн-лекциях приводит и Армен Саркисян, в данном случае считающийся непричастным нарратором, поскольку он не рассказывает о личном участии в описываемых событиях.

Принцип рассказывания истории близок к жанрам легенды, житейской истории, очерка или эссе, то есть относится к системе художественно-публицистических жанров. Однако практика демонстрирует, что в процессе жанровой конвергенции данный прием активно интегрируется и в материалах информационного, а также аналитического характера. В связи с этим стоит более подробно изучить элементы нарратива в блогах Армении и Грузии, о чем и пойдет речь в следующем параграфе.

3.2. Влияние сторителлинга на медиареальность Закавказья

Сторителлинг на протяжении более чем сорока лет является одним из ведущих трендов в областях сетевой журналистики и блогинга. В 1975 году в американском штате Теннесси была создана организация «National Storytelling Network», которая предлагает следующее значение термина «сторителлинг»²⁴² - интерактивное искусство использования слов и действий для раскрытия событий и образов с целью пробуждения воображения слушателя. Также организация использует определение сторителлинга как метода, необходимого для раскрытия событий, оформленных в виде историй, чтобы уйти от обычного информирования к запоминающемуся рассказу. Схожей теории придерживается А. М. Анохина, считающая, что сторителлинг – это изложение истории последовательным методом, что создает среди аудитории ощущение сиюминутности происходящего (то есть эффект максимальной вовлеченности в события) и причастности к нему²⁴³.

По мнению Р. Скрупника, сторителлинг является типом передачи информации с помощью рассказывания истории, и в основе данного явления лежит нарратив, выполняющий функцию инструкции к пониманию реальности²⁴⁴. Иными словами, в условиях нарратива сам информационный повод замещается повествованием о нем: рассказчик не просто передает информацию о событии, но и делится личным опытом, связанным с ним, то есть привносит субъективизм в историю и задает некий ракурс восприятия для аудитории.

В Закавказье научный интерес к явлению нарратива впервые особенно ярко проявился в 2013 г., когда международная организация «International Alert» при поддержке Европейского Союза выпустила исследование «Инструментарий исторического нарратива», в котором приняли участие

²⁴² National Storytelling Network. Explanation of Storytelling, NSN Resources. <https://storynet.org/what-is-storytelling/>

²⁴³ Анохина А. М. Феномен мультимедийного лонгрида и цифровой сторителлинг в сетевых медиа. Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. №2 (24). С. 146-150.

²⁴⁴ Скрупник Р. Приемы сторителлинга: нарратив и сюжет, без которых не бывает историй. <https://madcats.ru/content-marketing/storytelling/>

грузинские и армянские исследователи. Одним из объектов исследования стали нарративы, ассоциирующиеся с конфликтами на Южном Кавказе и образами врага, на примерах учебников по истории двух периодов – советского и постсоветского²⁴⁵. Анализ данных книг позволил сделать вывод, что ряд явлений, которые в СССР трактовались как «дружба народов», в постсоветской Грузии вспоминаются как факты «советской оккупации». Данный пример, где модель одного и того же мира в двух учебниках выглядит по-разному, доказывает, что именно нарратор в условиях сторителлинга определяет восприятие реальности аудиторией.

Как уточняет сценарист Роберт Макки, не всякий текст является нарративом²⁴⁶, поскольку в нарративе существует динамика (действия), в то время как текст может быть статичным (например, рецепт блюда – это не нарратив, однако он может стать таковым, если снабдить текст историей о его создании или приготовлении). Тем важнее для журналистики и блогинга выстраивать нарративы – в форме истории, по мнению Макки, легче донести сообщение до аудитории.

И в Грузии, и в Армении первые элементы проявления сторителлинга в блогосфере можно отнести к 2005-2010 гг., когда стали развиваться блоги грузинских и армянских публицистов в социальной сети «Живой журнал» - например, страницы Тинатин Диас, Самвела Мартиросяна, Наринэ Абгарян и т.п. Данные блоги были основаны на принципе рассказывания историй о Грузии и Армении в связи с актуальными событиями. Позже многие блогеры перевели свои страницы в Facebook в связи с ростом популярности данной платформы.

Что касается попыток научного осмысления сторителлинга в блогосфере Армении и Грузии, их стоит отнести к 2019 г., когда в Тбилиси состоялся международный фестиваль сторителлинга «ZEG» для

²⁴⁵ Myths and Conflict in the South Caucasus. Volume 1. Instrumentalisation of Historical Narratives. International Alert, 2013, 192 p.

²⁴⁶ Макки Р. Диалог: Искусство слова для писателей, сценаристов и драматургов. Альпина нон-фикшн, 2018. 318 с.

журналистов²⁴⁷. В рамках фестиваля с мастер-классами выступили специалисты компании Warner & Bro`s Pictures, а также журнала Vogue и телеканалов BBC и CNN.

Одним из организаторов фестиваля стала мэрия Тбилиси, которая, к слову, также использует метод сторителлинга в своем блоге – на странице мэрии выходит рубрика «Город, наполненный историями», где повествование ведется либо от лица коренных жителей, либо от лица самого Тбилиси. Так, 29 декабря 2020 года на странице мэрии было опубликовано обращение города к жителям в связи с наступающим Новым Годом в формате видеостории²⁴⁸, в которой Тбилиси рассказывает, как его «опустевшие улицы скучают по голосам людей», однако благодарит граждан за солидарность и соблюдение мер безопасности в связи с пандемией (по мнению эксперта сервиса Depositphotos М. Ложко²⁴⁹, визуальный сторителлинг является одним из главных трендов 2020 года в медиасреде). Использование принципов и приемов сторителлинга в политических и государственных ресурсах Грузии свидетельствует о важности теоретического изучения нарратологии в стране.

Также в 2019 г. информационным агентством Sputnik-Грузия был организован образовательный проект «Sputnik Таоба»²⁵⁰ («Поколение Спутник») для школьников, в будущем мечтающих стать журналистами. В учебную программу проекта вошли и основы работы с социальными сетями, в том числе блогами (агентство сотрудничает с грузинскими блогерами, некоторые из которых ведут авторские колонки на сайте Sputnik Грузия в рубрике «Колумнисты»).

²⁴⁷ Sputnik Грузия. Международный фестиваль сторителлинга пройдет в Тбилиси. https://m.sputnik-georgia.ru/culture/20190619/245634612/Mezhdunarodnyy-festival-storitellina-proydet-v-Tbilisi.html?mobile_return=no&fbclid=IwAR3W4QKS7P6tU8fEJK59SI7JTmkPpYKeH_fETTUatTVmshkQKxNP45vAaww

²⁴⁸ Мэрия Тбилиси. Новый Год, наполненный солидарностью. <https://www.facebook.com/kakhakaladzeofficial/videos/137462094718257>

²⁴⁹ РБ. Как использовать визуальный сторителлинг в 2020 году? 4 урока от брендов: <https://rb.ru/opinion/visual-storytelling-2020/>

²⁵⁰ Sputnik Грузия. Спутник Таоба завершил первый модель проекта для школьников Тбилиси. https://m.sputnik-georgia.ru/press_release/20190531/245438605/Sputnik-Taoba-zavershil-pervyy-modul-proekta-dlya-shkolnikov-Tbilisi.html

В Армении на роль сторителлинга в современных коммуникационных процессах обратили внимание по результатам Всемирного конгресса информационных технологий «WCIT», состоявшегося в республике в 2019 г. Как пишут организаторы мероприятия А. Таксилдарян и М. Казарян, в привлечении внимания к конгрессу значительную роль сыграли методы сторителлинга. Стоит отметить, что Таксилдарян и Казарян определяют термин «сторителлинг» через призму PR, относя его к методам трансляции ценностей, миссии и географии бренда с помощью историй²⁵¹. Между тем, ряд зарубежных исследователей также рассматривает сторителлинг, прежде всего, как элемент успешной PR-стратегии. По мнению Ж. Сегела, в рекламе сторителлинг отражает ценности бренда, а в области политического PR помогает раскрывать качества политика²⁵². О. В. Тодорова же предлагает воспринимать сторителлинг как инновационный PR-инструмент²⁵³.

В случае с конгрессом сторителлинг действительно использовался в первую очередь как рекламный прием. WCIT носит формат ежегодных встреч с 1978 г., и впервые страной, принимающей мероприятие, стала Армения, не пользовавшаяся широкой известностью в IT-среде. В связи с этим организаторы конгресса обратились к концепции нарративной истории, связанной с идеями деконструкции французского философа и теоретика литературы Ж. Деррида.

Согласно теории Деррида, с помощью разрушения или изменения стереотипов можно выявить их новое понимание, то есть изменить восприятие и отношение аудитории к ним. Так, для рекламной кампании конгресса организаторы использовали видеоисторию «Почему Армения?»²⁵⁴, построенную по принципу параллелизма – ролик утверждал, что Армения

²⁵¹ Казарян М., Таксилдарян А. Синергия эмоций и технологий: как сторителлинг помог организовать IT Конгресс WCIT в 2019. https://vc.ru/marketing/150772-sinerhiya-emociy-i-tehnologiy-kak-storitelling-pomog-organizovat-it-kongress-wcit-v-2019?fbclid=IwAR2Fequ0Cml_UGsxx3mLaaiFPsdvuMKVaNEd5bcs5kXEKtIHv_KO4ASukkc

²⁵² Сегела Ж. Ностальгия по будущему. М., 2007. 128 С.

²⁵³ Тодорова О. В. Сторителлинг как инновационный PR-инструмент. Современные проблемы науки и образования. №4 2014. <http://science-education.ru/pdf/2014/4/360.pdf>

²⁵⁴ WCIT 2019 Yerevan. Why Armenia? <https://www.facebook.com/watch/?v=194532794487088>

может стать новой точкой на карте стран с развитыми технологиями, поскольку в ней сочетается старое и новое: древние культурные традиции и инновации. Чтобы аргументировать данное утверждение, авторы сделали героями истории армянских изобретателей – Майкла Тер-Погосяна, разработчика томографического исследования внутренних органов, Лютера Джорджа Симджяна, создавшего первый в мире банкомат, Ованеса Адамяна, инженера-электрика, участника группы изобретателей цветного телевидения, и Эда Искендеряна, изобретателя гидравлического вала гоночного автомобиля.

Как позднее объясняли свою позицию Таксилдарян и Казарян, данная история помогла организаторам достичь эмоциональной связи с аудиторией (чувство гордости среди этнических армян и удивление – среди иностранных зрителей), что повлияло на ее запоминаемость, а именно этот фактор наиболее важен для рекламы. Эмоции побуждали пользователей делиться данным видео в социальных сетях, тем самым способствуя его распространению, в связи с чем сторителлинг характеризовался высоким уровнем кроссмедийности – распространения контента сразу по разным цифровым медиаплатформам.

Примеры, приведенные выше, доказывают важность использования сторителлинга в блогинге. Тем не менее, существующие исследования на тему развития нарратологии в Закавказье, носят точечный и эпизодический характер, что обосновывает актуальность более комплексного и подробного аналитического обзора армянских и грузинских блогов, использующих прием сторителлинга.

Несмотря на востребованность сторителлинга в сферах PR и политической имажологии, чаще всего данный прием проявляется в литературных блогах, поскольку изначально нарративы были присущи художественно-публицистическим жанрам. В связи с этим основой анализа стали пять блогов – аккаунты Тинатин Диас, Мариам Сараджишвили, Валентины Семилет, Елены Петросян и Наринэ Абгарян. Данные блоги

можно причислить в первую очередь к литературным, поскольку в них публикуются короткие рассказы, мемуары, очерки и эссе, более того, многие авторы являются писателями, публицистами, журналистами или лингвистами. Однако параллельно некоторые из перечисленных авторов рассказывают о своей предпринимательской или общественной деятельности, поэтому в ходе анализа изучается и PR-функция историй. Далее представлена краткая информация о блогерах, являющихся субъектами данного анализа, в целях подтверждения, что их дискурсивные условия равны, а потому сравнение данных блогов корректно и обоснованно.

Тинатин Диас – она же Тинатин Мжаванадзе (фамилия Диас является псевдонимом в блогосфере), грузинская писательница, филолог, ведущая кулинарных мастер-классов.

Валентина Семилет – грузинская писательница, лингвист, организатор туров в Грузию.

Мариам Сараджишвили – грузинская православная писательница, преподаватель.

Елена Петросян – публицист.

Наринэ Абгарян – армянская писательница, лингвист, член попечительского совета благотворительного фонда «Созидание».

Стоит отметить, что два блога (Диас и Семилет) содержат контент, посвященный исключительно Грузии, в то время как блог Наринэ Абгарян рассказывает только об Армении. Мариам Сараджишвили акцентирует внимание только на историях, происходящих в Тбилиси, где проживает много этнических армян, поэтому героями ее публикаций являются и грузины, и армяне. Блог Елены Петросян так же рассказывает одновременно и об армянской, и о грузинской культурах, что можно объяснить происхождением автора – будучи этнической армянкой, Петросян проживает в Тбилиси.

Критерием выбора страниц, указанных выше, стал уровень известности и популярности авторов в русскоязычной блогосфере, охват аудитории

каждого блога превышает 5 тысяч человек. Здесь необходимо уточнить, что все блоги, ставшие объектами исследования, ведутся на русском языке (исключениями являются блоги Тинатин Диас и Наринэ Абгарян, где периодически публикуются материалы на грузинском и армянском языках, соответственно).

Почему исследование в области сторителлинга распространяется на русскоязычные блоги, а не на грузино- и армяноязычные страницы, как в случае с анализом политического блогинга? Дело в том, что литературные блоги на русском языке демонстрируют большой охват аудитории. Росту популярности русскоязычных блогов в Армении и Грузии способствовали следующие факторы:

- востребованность языка. По мнению М. Ложко, сторителлинг сегодня входит в инструментарий медиаэкономики: история воспринимается как товар или продукт, который может принести прибыль; таким образом, к ней применяется экономический, или продуктоориентированный подход²⁵⁵. Для успешной реализации товара важно исследование аудитории – конкретный адресат, который может обеспечить большое количество откликов на публикацию. Поверхностный обзор языковых сообществ как рынков демонстрирует, что русскоязычная среда в состоянии предоставить больше аудитории: по статистике, в мире на грузинском языке говорят около 4 миллионов человек, на армянском – почти 7 миллионов, а на русском – 235 миллионов человек, дополнительно 38 миллионов граждан изучают русский язык²⁵⁶, а значит, тоже являются потенциальными потребителями информации на русском языке;

- необходимость конкретных целей, ориентированных на получение прибыли. Отталкиваясь от экономической модели потребления информации, грузинский журналист А. Сватиков неоднократно писал о важности поиска

²⁵⁵ РБ. Как использовать визуальный сторителлинг в 2020 году? 4 урока от брендов: <https://rb.ru/opinion/visual-storytelling-2020/>

²⁵⁶ РБК. Число изучающих русский язык в мире упало в два раза со времен распада СССР. 28.11.2019. <https://www.rbc.ru/society/28/11/2019/5ddd18099a79473d0d9b0ab1>

актуальных ниш, которые принесут доход русской прессе в Закавказье²⁵⁷. Одной из таких ниш Сватиков считает туризм, являющийся основным фактором экономического развития Грузии. Развитию туризма уделяет большое внимание и правительство Армении. Учитывая, что некоторые из авторов, ставших объектами данного исследования, действительно связаны с областью туризма, теорию Сватикова можно считать обоснованной;

- ограниченность локальных рынков. Как было сказано ранее, рост популярности русскоязычных блогов в Армении и Грузии пришелся на 2005-2010 гг., когда журналисты и публицисты Закавказья стали публиковать свои произведения в «Живом Журнале» (ЖЖ). Результатом творчества в сети для некоторых авторов стало заключение контрактов с российскими издательствами. Так, например, издательство «Астрель» заинтересовалось историями про девочку Манюню ЖЖ-блогера Наринэ Абгарян, в результате чего в 2010 г. в «Астрель-СПб» вышла одноименная книга. А в 2012 г. издательство выпустило книгу Тинатин Мжаванадзе «Лето, бабушка и я», также по мотивам публикаций в блоге.

Между тем, сотрудничество с местными традиционными изданиями не приносило грузинским и армянским журналистам большого дохода, что повлияло на отток профессиональных кадров, пишущих на русском языке. По данным портала «Новости Грузия» за 2010 г., Грузия не оказывала государственной поддержки русскоязычным СМИ, рекламный рынок на русском языке был слаб после событий 2008 г., а читателями изданий на русском языке в связи с отменой его официального статуса в стране и снижением процента русскоговорящих среди молодого поколения привел к тому, что аудитория русскоязычных СМИ составляла 50-70 тысяч человек. Из них только 5 тысяч в среднем позволяли себе покупать русскоязычную прессу – так как основой русскоговорящего населения в Грузии стало старшее поколение (преимущественно пенсионеры), одну газету по

²⁵⁷ Sputnik-Грузия. Русскоязычная пресса Грузии ищет выход: <https://m.sputnik-georgia.ru/actual/20100605/213244634.html>

статистике читали 14 человек²⁵⁸. Оборот русскоязычных медиа в Армении неизвестен, однако, по словам чрезвычайного и полномочного посла РФ в Армении Сергея Копыркина, экономическое положение русскоязычных СМИ до сих пор «оставляет желать лучшего»²⁵⁹.

Анализ армянских и грузинских аккаунтов, использующих метод сторителлинга, преследует цель определения уровня влияния нарративов и историй на популярность блогов в медиареальности Закавказья, а потому характеризуется следующими задачами:

- изучить степень трансмедийности историй в блогосфере Армении и Грузии по модели К. Б. Харви²⁶⁰

- проанализировать зависимость нарратива от когнитивно-тезаурусного уровня языковой личности нарратора в Армении и Грузии по модели А. В. Болотнова²⁶¹;

- охарактеризовать специфику формирования мифов и стереотипов о Закавказье через сторителлинг.

Безусловно, для проведения более точного анализа, как и в случае с обзором политического блогинга, в данном исследовании возникла необходимость рафинирования изучаемого материала. В рамках нарративного дискурса анализ фокусировался только на текстах, построенных по принципу сторителлинга.

Период исследования охватывает весь 2020 год. В таблице ниже приведены данные об общем количестве публикаций за указанное время, количестве авторских текстов и числе самих историй.

²⁵⁸ Sputnik Грузия. Русскоязычная пресса Грузии ищет выход. https://m.sputnik-georgia.ru/actual/20100605/213244634.html?mobile_return=no&fbclid=IwAR0E9ldUblI7hI8P2yESCVmAiFxl4T0F_85iPYTGEGAO_ZnSzEBdYVRDAeQ

²⁵⁹ Новости-Армения. Посол РФ: Россия заинтересована, чтобы в Армении активно работали русскоязычные СМИ. Хотя их экономическое положение оставляет желать лучшего. 10.09.2020. <https://newsarmenia.am/news/armenia/posol-rf-rossiya-zainteresovana-chtoby-v-armenii-aktivno-rabotali-russkojazychnye-smi-khotya-ikh-eko/>

²⁶⁰ A Taxonomy of Transmedia Storytelling. Colin B. Harvey. Storyworlds across Media. University of Nebraska Press 2014, 284 p.

²⁶¹ Болотнов А. В. Изучение языковой репрезентации тезаурусного подстиля публичной языковой личности в медиадискурсе. Вестник Томского государственного университета. 2013. №371. С. 11-15

Количество публикаций в блогах армянских и грузинских публицистов

Блог	Общее число публикаций	Авторские тексты	Истории
Елена Петросян	44	19	19
Тинатин Диас	619	482	321
Мариам Сараджишвили	265	240	59
Валентина Семилет	246	159	73
Наринэ Абгарян	120	81	31

По итогам процесса рафинирования выборка исследуемых текстов составила 503 единицы. Стоит отметить, что ни один автор не использует приемы визуального и аудиовизуального сторителлинга в чистом виде – изображения и видео являются лишь иллюстративными дополнениями к текстам, поэтому анализ сосредоточен на письменной речи авторов.

По мнению американского писателя и специалиста по нарратологии Колина Харви, сторителлинг как литературно-художественный прием обеспечивает быстрый охват большого количества аудитории благодаря своей трансмедийности²⁶². Анализируя трансмедийные повествования, Харви выделяет процесс, когда различные элементы главной истории (вселенной) систематически распространяются по множеству каналов, создавая единый развлекательный продукт. Иными словами, это метод рассказа множества историй, связанных друг с другом в рамках вселенной, создаваемой автором, через различные платформы. Многовариантность, когда различные части контента существуют на разных ресурсах, однако остаются взаимосвязанными, побуждает аудиторию использовать различные технологии, чтобы оставаться в курсе событий. В этом заключается отличие трансмедийности от кроссмедийности. Кроссмедиа распространяет одну и ту же историю через разные каналы, используя одинаковый набор данных. Трансмедиа предлагает несколько историй на одну тему, и в каждой истории

²⁶² A Taxonomy of Transmedia Storytelling. Colin B. Harvey. Storyworlds across Media. University of Nebraska Press 2014, 284 p.

есть финал, но, если соединить все эти истории, слушатель получает более крупное и детальное повествование.

Для оценки эффективности сторителлинга в популяризации блога автор исследования решил использовать модель анализа, предложенную Колином Харви. Согласно этой модели, процесс влияния нарратива на распространение историй состоит из шести этапов: отправной точки; прямого первичного результата; переходной фазы, когда на других платформах возникают новые части истории; обособленное повествование, включающее в себя смену формата подачи истории; повествования с участием пользователей, когда аудитория участвует в создании нарратива; а также независимого повествования, создаваемого пользователями без участия автора.

Поскольку сторителлинг в Армении и Грузии является относительно новым процессом, в ходе исследования автором не были зафиксированы случаи, относящиеся к шестому этапу, когда аудитория генерировала бы контент в рамках истории без участия автора – например, создавала бы фанфики. В связи с этим анализ трансмедийности нарратива в блогосфере Армении и Грузии включает в себя пять этапов и представлен в таблице ниже.

Таблица 5

Трансмедийность нарратива в блогосфере Армении и Грузии

Отправная точка	Прямое повествование	Переходная форма повествования	Обособленное повествование	История с участием пользователей
Блог Н. Абгарян	Книга «Манюня»	Очерки об Армении в СМИ	Фильм «Зулали» по мотивам повести	Помощь фонду «Созидание»
Блог Т. Диас	Книга «Лето, бабушка и я»	Кулинарные колонки героини в СМИ и книги	Видеоблог о кулинарии	Кулинарные мастер-классы
Блог М. Сараджишвили	Сборники рассказов	Колонки в православных и информационных СМИ		Совместное творчество
Блог Е. Петросян		Колонки в СМИ		

Блог В. Семилет	Книга (публикация запланирована)	Кулинарные колонки и эссе для женских СМИ	Аудиорассказы	Встречи с читателями, туры по Грузии
-----------------	--	--	---------------	---

Как показывает таблица, во всех случаях сторителлинг способствовал развитию блога и росту аудитории в разной степени. Если в блоге Наринэ Абгарян в ЖЖ, а позднее – в Facebook публикуются материалы разной тематики, объединенные связью с Арменией, то первая книга автора была посвящена историям о конкретном персонаже Манюне. Фильм ориентирован на другого героя Наринэ Абгарян – Зулали. В то же время статьи для онлайн-СМИ (например, РИА «Новости») рассказывают о культуре, традициях и стиле жизни в Армении. Также читатели блога могут помочь работе фонда, которым руководит Наринэ Абгарян. Учитывая, что писатель регулярно выкладывает в блоге рассказы о деятельности фонда с элементами отчета, можно считать, что именно пользователи помогают ей создавать контент в данном случае. Соединив все эти истории, можно получить общий нарратив об Армении и ее жителях и выходцах.

Аналогичным образом обстоит ситуация с блогом Тинатин Диас. Ее блог носит общий характер: под канвой грузинского образа жизни в нем собраны дневниковые записи, рассказы о домашних животных и кулинарии, и все они в композиции выстраивают повествование о жизни самого автора. Читатели, больше заинтересованные в мемуарах блогера, могут обратить внимание на первую книгу, аудитории, интересующейся гастрономическим контентом, предлагаются отдельные колонки в СМИ, кулинарные книги, видеоблог и участие в выездных мастер-классах, по итогам которых в блоге также публикуются истории.

Трансмедийность сторителлинга обеспечивает диверсификацию творчества и в случае с блогом Мариам Сараджишвили. Сам блог носит характер дневника, в котором автор рассказывает о своей повседневной жизни, даже рассказы о тбилисцах подаются в блоге через призму

восприятия автора, как результат общения блогера с героями. Однако в литературной сфере Сараджишвили считается прежде всего православным писателем, и её рассказы на религиозную тематику можно прочесть в отдельных сборниках рассказов и в СМИ. Помимо этого, часть контента писательница создает вместе с аудиторией блога. Мариам Сараджишвили практикует беседы с подписчиками блога – любой желающий может прислать ей историю своей жизни, и в случае, если автор находит ее интересной, письмо читателя адаптируется в рассказ.

Идентичны модели развития блогов Елены Петросян, рассказывающей о своей жизни в блоге в Facebook, а дополнительные истории о Тбилиси – в колонке информационного агентства «Новости-Грузия», а также Валентины Семилет, которая посредством различных медиаканалов популяризирует как свое литературное творчество, так и туристическое агентство.

Результаты данного этапа анализа позволяют прийти к нескольким выводам:

- высокий уровень трансмедийности историй, особенно пятый этап ее реализации в армянских и грузинских блогах свидетельствует о популярности нарративов среди современной аудитории – в первую очередь, благодаря эффекту соотнесения сюжетов истории с собственной жизнью. Истории, рассказываемые вышеперечисленными блогерами, максимально приближены к реальности читателей: повседневная жизнь, взаимоотношения с людьми, еда, путешествия. В связи с этим пользователи могут испытывать желание стать частью истории, поскольку она вписывается в рамки их мира, в результате чего участвуют в создании нового контента вместе с автором, таким образом, продлевая время своего взаимодействия с нарративом, а значит, повышая его ценность для медиасреды;

- для набора из нескольких историй характерно разнообразие, в связи с чем история не исчезает из повестки дня, а появление новых деталей усиливает вовлеченность аудитории. Подробности усиливают эффект

присутствия пользователя в истории, стирая границу между повествованием и его реальным миром;

- диверсификация каналов коммуникации позволяет каждому медиаканалу работать с конкретной целевой аудиторией, что ведет к увеличению охвата подписчиков, когда различные аудиторные группы постепенно превращаются в массовую аудиторию. Сторителлинг помогает различным каналам коммуникации дополнять друг друга в рамках одной цели.

Тем не менее, интерес к первоначальной текстовой публикации возникает в первую очередь благодаря стилю ее написания, который зависит от рассказчика. Анализ языковой личности нарратора в каждом из блогов представлен в следующем параграфе.

3.3. Влияние когнитивно-тезаурусного уровня языковой личности на построение нарративов в блогосферах Армении и Грузии

Хотя фигура нарратора может быть совершенно незаметна в повествовании, именно рассказчик определяет ракурс восприятия описываемых событий, а потому передача информации, облеченной в историю, во многом зависит от изменчивой части языковой личности автора – пережитого опыта, уровня образования, системы ценностей и т.п. Все эти факторы влияют на принципы организации картины мира, который нарратор создает в своей истории.

Если для конструирования собирательного образа политика Закавказья в блогосфере требовался метод речевого портретирования, основанный на анализе вербально-грамматического уровня языковой личности, в изучении нарративов куда более значимую роль играет когнитивно-тезаурусный уровень языковой личности. Согласно концепции А. В. Болотнова,

когнитивный стиль является важной частью идиостиля²⁶³ - индивидуального стиля автора, обуславливающего специфику речи его произведений. Для блога же авторское начало играет важную роль, что было доказано по итогам анализа персонификации политических блогов в Facebook. Более того, именно когнитивный тезаурус определяет стилистику текста. Под когнитивным тезаурусом понимают совокупность лингвистических когнитивных единиц, отражающих модель реальности автора, которая, в свою очередь, влияет на медиареальность.

На данном этапе исследования предметом анализа стали те же 503 медиатекста, написанные в формате сторителлинга. Для их изучения была использована дополненная шкала оценки когнитивно-тезаурусного уровня публичной языковой личности в медиадискурсе в рамках концепции Болотнова. Применение данной шкалы можно считать релевантным и обоснованным, так как все блогеры-субъекты анализа являются публичными личностями – известными журналистами и писателями, деятельность которых проходит как раз в поле медиадискурса.

Модель исследования, предложенная А. В. Болотновым, состоит из следующих пяти индикаторов, определяющих ход работы:

1. Доминирующие темы в текстах языковой личности (данный фактор, согласно теории Болотнова, отражает масштаб личности);
2. Даты, события и герои, важные для языковой личности (параметр, демонстрирующий широту и глубину тезауруса);
3. Используемые языковой личностью прецедентные тексты (то есть тексты, общеизвестные в рамках конкретной речевой культуры, к которым ученый относит афоризмы, крылатые слова, пословицы и поговорки);
4. Генерализованные высказывания (индикатор стереотипов и идей языковой личности);

²⁶³ Болотнов А. В. Изучение языковой репрезентации тезаурусного подстиля публичной языковой личности в медиадискурсе. Вестник Томского государственного университета. 2013. №371. С. 11-15

5. Основные вербализованные концепты языковой личности, демонстрирующие ее установки.

Данная шкала была выбрана для проведения анализа в связи с тем, что она наиболее полно демонстрирует семантикон собирательного образа литературного блогера Армении или Грузии, то есть совокупность его идей и доминантных установок, а также культурного и интеллектуального уровней, отраженную в авторских текстах. Однако для исследования русскоязычного литблогинга в Закавказье в шкалу был добавлен еще один пункт: использование тбилисского диалекта русского языка и жаргонизмов. Диалект – это специфическая разновидность языка, которая используется как средство коммуникации между людьми в рамках определенной территории. В трактовке С. И. Ожегова диалектом считается местное наречие или говор, а под диалектизмом понимается слово, либо оборот речи из диалекта. Жаргон в словаре Ожегова означает обиходно-бытовую лексику с повышенным уровнем экспрессивности²⁶⁴.

Использование диалектизмов и жаргонизмов выносится в отдельный промежуточный пункт исследования, поскольку оно взаимосвязано сразу с тремя последними индикаторами шкалы Болотнова. Диалектические и жаргонные обороты речи можно отнести к прецедентным, поскольку они известны в русскоязычных речевых культурах Грузии и Армении. Использование иностранных слов в художественных произведениях грузинских писателей можно датировать 1950-ми гг., когда в творчестве Нодара Думбадзе стали умышленно использоваться фразы из других языков, адаптированные заимствования или диалектизмы. Некоторые из них даже выносились в заголовок, как, например, это случилось с повестью «Аствац инчу амар» с целью показать колорит многонационального Тбилиси – главным героем произведения является тбилисский армянин. Примечательно, что при адаптации книг Думбадзе на русский язык, чтобы подчеркнуть самобытность Грузии, ряд грузинских слов оставили без перевода, хотя ко

²⁶⁴ Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. Москва, «Мир и образование». 2015

многим из них существовали русские аналоги, в качестве грузинизмов (синтаксических и грамматических конструкций грузинского языка, используемых в другом языке). К примеру, в русскоязычной версии рассказа «Хазарула»²⁶⁵ в оригинале сохраняются такие грузинские слова, как «марани» (погреб»), «чури» («глиняный сосуд») и «квеври» (большой сосуд для хранения вина). Также важно, что к некоторым грузинизмам (например, к непереводаемому обращению «генацвале») в книге не даны сноски – это значит, что данные слова вошли в активный словарь русскоязычных читателей.

Прием Нодара Думбадзе, а также практика переводов его произведений на русский язык позднее вдохновили многих других грузинских литераторов и публицистов. Например, режиссер и писатель Ираклий Квирикадзе пишет изначально на русском языке, однако в произведениях, описывающих быт Грузии, использует тбилисский диалект. Так, в книге «Мальчик, идущий за дикой уткой»²⁶⁶, автор обращается к сыну с помощью диалектизма «чанчур» в значении «непоседа», принятого в русскоязычной культуре Тбилиси.

Еще одним показателем факта использования грузинских слов в русском языке как локального речевого стандарта в Грузии является их подчинение правилам русской грамматики, что отчетливо видно в рассказе «Тбилисский синдром» Елены Петросян:

«...отстаивая честь своего убана» (района).

«Я в жизни девушку столько не ждал, сколько этого цанцара» (бестолкового)²⁶⁷.

Данная тенденция прослеживается и в армянской литературе. Так, в романе «Одной жизни мало» советского армянского писателя Эдуарда Авакяна используется описание «Великий батоно» («батоно» - обращение к

²⁶⁵ Думбадзе Н.В. Хазарула. Издательство «Правда». Библиотека «Огонек». 1982 г. 48 С.

²⁶⁶ Квирикадзе И. М. Мальчик, идущий за дикой уткой. АСТ. 2016. С. 544

²⁶⁷ News Georgia. Петросян Е. Тбилисский синдром:

<https://www.newsgeorgia.ge/%D1%82%D0%B1%D0%B8%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9-%D1%81%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D1%80%D0%BE%D0%BC/>

мужчине на грузинском языке в значении «господин»)²⁶⁸. А в другой книге автора «Мозаика Еревана»²⁶⁹ можно встретить армянские слова «маран» (в переводе на русский «хранилище для вина и фруктов»), «варжапет» (учитель), «бохча» (котомка) и т.п.

Безусловно, данная практика вдохновила и русскоязычных блогеров Армении и Грузии. Так как армянский и грузинский диалекты являются устоявшимися формами русского языка в данных странах, блогеры также используют диалектизмы в качестве генерализованных высказываний - вновь для демонстрации оригинальности культуры своего региона. И в результате диалект может стать основой концепта, в том числе имиджевого, возникающего у читателей блога как некая ассоциация, стереотип или миф о стране. Данные процессы требуют отдельного анализа, поэтому диалектизмы и жаргонизмы нельзя включить в исследование лишь как часть пункта, и шкала подлежит частичной трансформации.

Процесс оценки когнитивно-тезаурусного уровня языковой личности собирательного образа армянского и грузинского литературного блогера включал в себя несколько этапов:

- обработка материалов – копирование текстов в документ Microsoft Word;
- анализ материалов – чтение без использования каких-либо автоматизированных систем, поскольку каждый медиатекст отличается индивидуальной структурой, комбинацией жанров и тематикой. В связи с этим внимание уделялось концептам, высказываниям, прецедентным текстам и прочим индикаторам в случае, если они повторялись 3 и более раз;
- соотнесение сторителлинг-контента каждого блога со шкалой А. В. Болотнова;
- объединение индикаторов по государствам для составления собирательного образа нарратора;

²⁶⁸ Авакян Э. С. Одной жизни мало. Советский Писатель. М., 1988. 416 С.

²⁶⁹ Авакян Э. С. Мозаика Еревана. ВМВ-принт, 2012. 327 С.

- сравнительный анализ показателей абстрактной языковой личности армянского литературного блогера с грузинским.

Прежде всего, обратимся к результатам исследования доминирующих тем в блогах известных публицистов и писателей Армении и Грузии. Тематика публикаций в обеих категориях весьма разнообразна и схожа – грузинские и армянские блогеры пишут о повседневной жизни, национальной культуре, кулинарии, семье, искусстве и политике. Данная тематическая вариативность определяется самим форматом блога как авторской страницы с неформальным стилем коммуникации – при выборке тем для публикаций преобладают личные предпочтения автора. Стоит отметить, что в блогах и армянских, и грузинских публицистов преобладают материалы на личные темы – отрывки из мемуаров и дневниковые записи. К данной тематической группе относятся 18 из 19 публикаций Елены Петросян, 241 из 321 публикации Тинатин Диас, 40 из 73 публикаций Валентины Семилет и 17 из 31 публикации Наринэ Абгарян. На втором месте находятся темы, отражающие особенности текущего момента, что вновь связано со спецификой блогинга в соцсетях, где развит тренд на сиюминутное освещение событий.

Также во всех пяти блогах присутствуют темы пандемии и конфликта в Нагорном Карабахе. Последняя тема особенно развита в блогах армянских публицистов и реже встречается в блогах грузинских авторов. Из 59 историй, опубликованных на странице Мариам Сараджишвили, лишь одна посвящена событиям в Нагорно-Карабахской республике, а на странице Тинатин Диас присутствует одна ссылка на статью по данной теме, однако эта публикация не является ни произведением автора, ни нарративом. Аналогичная ситуация прослеживается в блоге Валентины Семилет.

Безусловно, о масштабе и объеме знаний публициста о мире можно говорить, исходя из количества наименований и событий, которыми он оперирует в своей письменной речи. Стоит отметить, что и армянские, и грузинские литературные блогеры в основном используют локальные

топонимы, то есть наименования городов и регионов страны, в которой они проживают: Тбилиси, Ереван, Берд, Гюмри, Рача, Батуми и т.д. Данный факт объясняется тем, что авторы блогов, во-первых, изначально выбрали местный контент в качестве главной темы страницы, а во-вторых, связью некоторых публицистов с туризмом, являющимся одной из определяющих экономику Закавказья сфер. Например, лейтмотивом 32 историй в блоге Валентины Семилет являются туристические поездки по Грузии – между тем, как было сказано выше, блогер развивает собственное туристическое агентство, и в данном случае сторителлинг можно рассматривать как механизм рекламы, передающий информацию о туризме в Грузии.

Фигурируют в изучаемых блогах и названия других государств – в частности, Беларусь (во всех блогах), Россия (во всех блогах), Украина (в блогах Тинатин Диас и Мариам Сараджишвили), Италия (в блогах Тинатин Диас и Наринэ Абгарян), Азербайджан (в блогах Мариам Сараджишвили, Елены Петросян, Наринэ Абгарян), Турция (во всех блогах), а также Китай (во всех блогах). Однако использование этих топонимов носит общий характер – оно связано либо с актуальными информационными поводами, либо с эпизодическим посещением данных стран авторами блогов. Судя по полученным результатам, публицисты Армении и Грузии сосредоточены на локальных новостях и не склонны к геополитическому анализу, их рассказы о странах сопровождается в основном эмотивная лексика. Например, в истории, связанной с Нагорным Карабахом, Мариам Сараджишвили избегает прямого указания инфоповода и точных дат, используя глаголы с отрицательной коннотацией:

*«У Армена в Баку **погибла** семья родственников. У Арзу в Ходжалы **убили** двоюродную сестру»²⁷⁰.*

Наринэ Абгарян, помимо использования глаголов с отрицательной коннотацией, демонстративно не использует топоним «Азербайджан» в

²⁷⁰ Сараджишвили М. Грузия, любовь и Карабах: <https://sputnik-georgia.ru/columnists/20200929/249575042/Gruziya-lyubov-i-Karabakh.html>

своих историях. В данной позиции автора усматривается литературный прием умолчания, предполагающий, что описываемое явление не требует более подробных объяснений в силу своей известности и актуальности. О названии страны читатель догадывается по обстоятельствам, о которых рассказывается в истории. Также Абгарян использует синестетические, цветные метафоры.

«Сестра на днях рассказывала бесцветным голосом, как казнили попавших в плен отца-старика и сына»²⁷¹.

Принцип умолчания, а также приемы языковой агрессии использованы и в блоге Елены Петросян. Более того, публикация автора от 4.10.2020 г. демонстрирует, что ситуативность агрессии в письменной речи отражает отношение публициста к конкретным событиям, персоналиям, а также его миропонимание. В публикации используются инвективы («нелюди»), словосочетания с выраженной негативной оценочной номинацией, а также анафора и механизм присваивания ярлыков через отрицательную эмотивную лексику.

«В прошлом, где был мир, уничтоженный волей горстки нелюдей, рвущихся к деньгам, готовых оплачивать их чужой кровью, нелюдей, наживающихся на человеческом горе»²⁷².

В отличие от других авторов, Тинатин Диас использует географические номинации при выражении отрицательного отношения к событиям, происходящим в Белоруссии после президентских выборов в августе 2020 года. При описании данного топонима блогер использует просторечно-жаргонную единицу «совок»:

«Я думала так: они настоящие европейцы, только совок выбить, дать свободу – и станет все совсем хорошо»²⁷³.

²⁷¹ Блог Наринэ Абгарян. Публикация от 19.12.2020:
<https://www.facebook.com/abgaryannarine/posts/3931429800252287>

²⁷² Блог Елены Петросян. Публикация от 04.10.2020:
<https://www.facebook.com/forte111/posts/3467295873330415>

²⁷³ Блог Тинатин Диас. Публикация от 14.08.2020:
<https://www.facebook.com/tinatin.dias/posts/10220852304968968>

Также в данном случае автор использует синтаксический параллелизм с элементами суггестивного воздействия: маркеры «свобода» и «хорошо» обладают абсолютно позитивной номинацией. Параллелизм проявляется и в создаваемом автором приравнении определений «советское прошлое», «свобода» и «хорошее будущее».

Масштаб тезауруса блогера показан и через количество перечисленных в его произведениях других имен собственных – имен персоналий, названий организаций, изданий, партий. Наибольшее число персоналий встречается в блоге Тинатин Диас, разнообразие которых может быть продиктовано стремлением автора сформировать аудиторию блога независимо от возраста и круга интересов читателей. Из 97 имен, упомянутых в блоге, 3 принадлежат современным героям YouTube – это А. Птушкин, Ю. Дудь, А. Шихман. Также 4 персоналии в блоге – это герои саги о Гарри Поттере и актеры, сыгравшие в экранизации книги: Дэниэл Рэдклифф, Джоан Роулинг, Гарри Поттер, Северус Снейп. Фигурируют в блоге Диас и актеры Голливуда: Джордж Клуни, Шон Коннери, Мартин Шин, Одри Хепберн. 25 персонажей – это знаменитые грузины: Дато Турашвили, Нонна Гаприндашвили, Гия Канчели, Мераб Нинидзе, Джордж Баланчин, Александр Картвелишвили, Константин Сидамон-Эристава и др. Столь большое число персоналий показывает познания автора в областях истории Грузии, кинематографа, литературы и онлайн-тенденций.

Куда меньше персоналий выявлено при исследовании блогов Валентины Семилет и Мариам Сараджишвили. Героями их рассказов становятся обычные люди, поэтому часто персонажи житейских историй даже не носят фамилий: Шалва, Тамта, Нино, Эмзар и т.п. Схожая тенденция наблюдается в блоге Елены Петросян, главными героями которого являются сын и домашние животные автора.

Персоналии могут рассказать о политических интересах, а также международных и культурных связях автора. Так, в блоге Наринэ Абгарян среди 25 персоналий фигурируют такие политические деятели, как Никол

Пашинян, Араик Арутюнян, Ильхам Алиев и Реджеп Тайип Эрдоган, что демонстрирует заинтересованность Абгарян в событиях карабахского конфликта. Об увлеченности литературой свидетельствует наличие таких персоналий, как Анна Ахматова или Комитас. О жизни в России и связи с современной российской культурой говорят следующие персоны: Илья Лагутенко и Земфира.

Глубина тезауруса блогера проявляется в оперировании историческими датами. Нужно отметить, что точных дат в блогах публицистов Армении и Грузии выявлено немного: Тинатин Диас рассказывает о 8 августа (День памяти в Грузии о военном конфликте с РФ), в то время как Наринэ Абгарян называет 24 апреля – День памяти геноцида армян. Примечательно, что о 9 мая в блоге пишет только Абгарян, грузинские блогеры не затрагивают данную тему, что, скорее всего, связано с неоднозначным отношением грузинского общества ко Дню Победы. Безусловно, во всех пяти блогах указаны точные даты таких праздников, как Новый Год и Рождество. Остальные даты приведены приблизительно: например, в виде формулировок «в 90-х», «мои 5 лет студенчества» в блоге Тинатин Диас. Чаще всего приблизительно даты использует Мариам Сараджишвили – во всех 59 историях, без указания точных дней событий:

«Лет 20 назад моя подруга Тамта устроилась по объявлению домработницей в одну семью»; «Сын вскоре счастливо женился вторично»²⁷⁴.

«Джумбер в 70-80-ых годах был далеко не последним человеком в уголовном мире Грузии того времени»²⁷⁵.

«Примерно в 6-7 лет Мака уяснила для себя другую непреложную истину – с папой им не повезло»²⁷⁶.

²⁷⁴ Мариам Сардажишвили. Дед и внучка: <https://sputnik-georgia.ru/columnists/20201227/250453359/Ded-i-vnuchka-ili-Kak-v-65-let-nayti-svoyu-lyubov-.html>

²⁷⁵ Мариам Сараджишвили. Публикация от 20.12.2020: <https://sputnik-georgia.ru/columnists/20201220/250380218/Muzhchina-ne-dolzhen-zhit-na-dengi-zheny-ili-Prosto-delo-printsipa.html>

Согласно концепции А. В. Болотнова, превалирование точных дат является показателем академических знаний публициста. Однако в данном случае стоит помнить, что Мариам Сараджишвили пишет в жанре житейской истории и героями ее произведений являются «маленькие люди», рядовые жители Тбилиси, что подтверждает анализ персоналий. В связи с этим можно прийти к выводу, что отсутствие точных дат не всегда отражает уровень знаний языковой личности, а может быть литературным приемом.

Что касается генерализованных высказываний, данный аспект тезауруса армянских и грузинских блогеров демонстрирует установки нравственности и морали, а также принципы, характерные для них самих. В некоторых случаях установки продиктованы обстоятельствами – данная тенденция наблюдается в блогах Наринэ Абгарян и Елены Петросян. Встречающиеся на их страницах генерализованные высказывания в большей степени посвящены нравственно-этическому аспекту карабахского конфликта: *«Надо просто оставаться человеком. Что бы ни случилось. Во что бы то ни стало»*²⁷⁷ (Елена Петросян); *«Раз уж эти испытания выпали на нашу долю, значит именно нам и дано с ними справиться»*²⁷⁸, *«Нужно обладать достаточной силой и стойкостью, чтобы разглядеть за краями этого вязкого чернильного пространства свет. Мы его увидим, мы отрастим новые крылья, мы обязательно долетим»*²⁷⁹, *«Главное – не поддаваться провокациям и сохранять хладнокровие»*²⁸⁰ (Наринэ Абгарян). Примечательно, что в цитатах Петросян и Абгарян можно увидеть комбинацию литературных приемов (например, лексического повтора или метафор) с устойчивыми оборотами, больше характерными для СМИ.

²⁷⁶ Мариам Сараджишвили. Феномен старшей сестры: <https://sputnik-georgia.ru/columnists/20201206/250247023/Fenomen-starshey-sestry-ili-Odin-nervomotatelnyy-den-na-okraine-Tbilisi.html>

²⁷⁷ Блог Елены Петросян. Публикация от 04.10.2020: <https://www.facebook.com/forte111/posts/3467295873330415>

²⁷⁸ Блог Наринэ Абгарян. Публикация от 05.12.2020: <https://www.facebook.com/abgaryannarine/posts/3894456220616312>

²⁷⁹ Блог Наринэ Абгарян. Публикация от 18.11.2020: <https://www.facebook.com/abgaryannarine/posts/3845360112192590>

²⁸⁰ Блог Наринэ Абгарян. Публикация от 10.11.2020: <https://www.facebook.com/abgaryannarine/posts/3821110521284216>

Данные сочетания демонстрируют как писательский, так и публицистический опыт блогеров, иными словами отражают профессиональный уровень языковых личностей.

Генерализованные высказывания в грузинских литблогах, как правило, посвящены личным и национально-культурным установкам, принципам морали, а также такой общественной теме, как пандемия, что проявляется в блоге Тинатин Диас: *«В дни тревоги все жмутся к своим родным, сбиваются в стаи»²⁸¹*; *«Очень важно уметь театрализовать реальность – серую безнадежную обыденность превращать в аттракцион»*, *«Крошечные радости дают не рехнуться в сложное время»*, *«Резать правду-матку в лоб – это негрузинское»²⁸²*. Схожие культурные установки можно увидеть в блоге Мариам Сараджишвили: *«Семья в Грузии – это святое»²⁸³*, *«Самое главное богатство Грузии – это ее люди»²⁸⁴*. Валентина Семилет же чаще использует личные принципы: *«Семья – это ваш тыл»²⁸⁵*, *«Женщина должна быть самостоятельной и решительной»²⁸⁶*. То есть генерализованные высказывания грузинских блогеров основаны в большей части на осмыслении собственного опыта, как жизненного, так и культурного.

При изучении литературных блогов Армении и Грузии отмечается одинаково активное использование прецедентных текстов. Наиболее часто в блогах публицистов Закавказья приводятся цитаты из знаменитых фильмов и литературных произведений, что дает сведения и об уровне знаний и предпочтениях грузинской и армянской аудиторий. Исключением является

²⁸¹ Блог Тинатин Диас. Публикация от 17.12.2020:

<https://www.facebook.com/tinatin.dias/posts/10221695481967866>

²⁸² Блог Тинатин Диас. Публикация от 17.11.2020:

<https://www.facebook.com/tinatin.dias/posts/10221493940809463>

²⁸³ Мариам Сараджишвили. Упущенные возможности: <https://sputnik-georgia.ru/columnists/20200614/248706042/Upushchennye-vozmozhnosti-ili-Ot-svoikh-mysley-nikuda-ne-uyadesh.html>

²⁸⁴ Мариам Садажишвили. Свободу захватчику-романтику: <https://sputnik-georgia.ru/columnists/20201127/250178045/Svobodu-zakhvatchikuromantiku-ili-Neuzheli-my-stanovimsyastoronnikami-terrorizma.html>

²⁸⁵ Блог Валентины Семилет. Публикация от 08.07.2020:

<https://www.facebook.com/valentina.semilet/posts/3653444858004584>

²⁸⁶ Блог Валентины Семилет. Публикация от 11.10.2020:

<https://www.facebook.com/valentina.semilet/posts/3950832841599116>

лишь Валентина Семилет, оформляющая истории в своем блоге в виде прямой речи героев и просторечного пересказа событий от их лица.

«Это похоже на нашествие магов из Косого переулка, тревожно заметила я», «Гусары, ни слова!»²⁸⁷ (Тинатин Диас).

«Мы в ответе за тех, кого приручили»²⁸⁸ (Мариам Сараджишвили).

«Для Бога мертвых нет»²⁸⁹ (Наринэ Абгарян).

Наиболее часто к прямому или косвенному цитированию, а также проведению параллелей с литературными сюжетами прибегает Елена Петросян:

«Любите ли вы Грузию? Я спрашиваю, любите ли вы Грузию так, как люблю ее я?», «Гордость дубовой рощи», «Остапа понесло», «Шахерзада прекращает дозволенные речи. Полночь!», «Горе пришло в наш кишлак вместе с солнцем», «Дорога на скрипичную Голгофу проходила через парк Муштаид»²⁹⁰.

Не менее часто армянские и грузинские блогеры используют национальные пословицы и поговорки, а также крылатые слова:

«Замтариа» - название грузинской песни, в которой проводится параллель между расставанием и началом холодов²⁹¹ (Тинатин Диас).

«Близкий сосед лучше дальнего родственника»²⁹² - грузинская пословица (Мариам Сараджишвили).

«Не всем же быть бердскими ишаками»²⁹³ - арцахская поговорка (Наринэ Абгарян).

²⁸⁷ Блог Тинатин Диас: <https://www.facebook.com/tinatin.dias>

²⁸⁸ Блог Мариам Сараджишвили. Публикация от 12.07.2020: <https://sputnik-georgia.ru/columnists/20200712/248909099/Тvoya-zhena-sovsem-obnaglela-istoriya-s-pereodevaniem-v-Tbilisi.html>

²⁸⁹ Блог Наринэ Абгарян. Публикация от 19.12.2020: <https://www.facebook.com/abgaryannarine/posts/3931429800252287>

²⁹⁰ Блог Елены Петросян: <https://www.facebook.com/fortel111>

²⁹¹ Блог Тинатин Диас. Публикация от 06.12.2020: <https://www.facebook.com/tinatin.dias/posts/10221623187320545>

²⁹² Мариам Сададжишвили. История везучей Эльзы: <https://sputnik-georgia.ru/columnists/20201025/249789230/I-khuzhe-vas-lyudi-zhivut-v-Gruzii---istoriya-vezuchey-Elzy-iz-Sololaki.html>

²⁹³ Блог Наринэ Абгарян. Публикация от 05.12.2020: <https://www.facebook.com/abgaryannarine/posts/3894456220616312>

Отдельного внимания заслуживают диалектизмы и национальные жаргонизмы, используемые в блогах армянских и грузинских авторов. Они представляют собой специфические особенности восприятия мира в Армении и Грузии, а значит, влияют на коммуникацию местного населения между собой и его связь с международным обществом. По результатам проведенного анализа, единственным автором, не поддерживающим использование диалекта в сторителлинге, является Валентина Семилет. В ее блоге встречаются лишь такие грузинизмы, как названия национальных блюд, впрочем, и они сопровождаются подробными объяснениями. Данная стратегия, возможно, зависит от целевой аудитории данного автора. Читателями блога Семилет являются русскоязычные люди, ранее не посещавшие Грузию, либо туристы, уже побывавшие в Грузии, однако не сталкивавшиеся с местным диалектом в связи с кратковременностью пребывания. Остальные авторы ориентируются на выходцев из Армении и Грузии, а также людей, знающих культуру Закавказья, речевую в том числе.

Диалектизмы и жаргонизмы проявляются в 35% сторителлинг-контента Тинатин Диас, 42% - в блоге Наринэ Абгарян, 27% - в блоге Елены Петросян. Наибольший уровень диалектизмов в данном случае виден в блоге Мариам Сараджишвили – 80%.

По итогам анализа можно утверждать, что армянские и грузинские публицисты используют в блогах диалектизмы и жаргонизмы двух типов, а именно:

1. Лексические – слова, употребляемые лишь носителями диалекта. Для примера обратимся, прежде всего, к блогу Тинатин Диас:

«Походила даже по большой базробе (рынку) – узкие ряды, крепкий запах новенького дешевого барахла»;

«А вот это водяное тесто – проверено и работает в случае с готовыми султанчиками (блинчиками с мясом)»;

«В любом случае эти самые блинчики – ужасная хатабала (возня)»²⁹⁴.

Лексические диалектизмы с целью придать рассказам художественности присутствуют и в блоге Елены Петросян:

«Аба (ну), брат, три процента ты сам проси»²⁹⁵.

«Сорокатрехлетнюю начальницу отдела украл какой-то болнисский цанцар-одноклассник (бестолковый)»²⁹⁶.

«Он присел на корточки возле расстроенного Гугуша и с уважением сказал: «Джигари хар, дзмао» (молодец, брат)²⁹⁷».

Проявляются диалектизмы данной категории в качестве литературного приема и в аккаунте Наринэ Абгарян.

«Ай, балам (дитя мое), а что ты зимой будешь есть?»;

*«Вот оно мое детство, каменный дом, где я выросла, вечно плодоносящее, мое несрубленное **тутовое (шелковичное)** дерево»²⁹⁸.*

*«Далее она стряхивала заговоренную соль в глиняный черепок своей старенькой ладони, распахивала окошко **шушабанда (застекленной веранды)** и выкидывала ее во двор»²⁹⁹.*

Между тем, Мариам Сараджишвили активно использует жаргонизмы данной категории, известные лишь жителям Тбилиси, с целью подчеркнуть колорит житейских историй.

*«По правде сказать, ему иногда предлагали **убанские (живущие в том же районе)** ребята разные варианты»³⁰⁰.*

*«И тут же принес кучу оставшейся еды с **келеха (поминок)**»³⁰¹.*

²⁹⁴ Блог Тинатин Диас. Публикация от 24.10.2020:

<https://www.facebook.com/tinatin.dias/posts/10221325406436209>

²⁹⁵ Блог Елены Петросян. Публикация от 24.11.2020:

<https://www.facebook.com/forte111/posts/3611690088890992>

²⁹⁶ Блог Елены Петросян. Публикация от 03.08.2020:

<https://www.facebook.com/forte111/posts/3268393713220633>

²⁹⁷ Блог Елены Петросян. Публикация от 08.01.2016:

<https://www.facebook.com/forte111/posts/1002377343155626>

²⁹⁸ Блог Наринэ Абгарян. Публикация от 23.09.2020:

<https://www.facebook.com/abgaryannarine/posts/3673497009378902>

²⁹⁹ Блог Наринэ Абгарян. Публикация от 30.10.2020:

<https://www.facebook.com/abgaryannarine/posts/3789121454483123>

³⁰⁰ Мариам Сараджишвили. Мужчина не должен жить на деньги жены: <https://sputnik-georgia.ru/columnists/20201220/250380218/Muzhchina-ne-dolzhen-zhit-na-dengi-zheny-ili-Prosto-delo-printsipa.html>

«Вот чаличной (авантюрист) старик»³⁰².

«Заур надел лучший костюм, Тамрико тоже почистила перышки, купили цветы, шампанское и дорожную бонбоньерку (коробку конфет) размером с журнальный столик и пошли в сопровождении Бадри на переговоры»³⁰³.

2. Этнографические диалектизмы – слова, обозначающие предметы, которые появились в данной местности, либо обращения, свойственные определенному этносу. Этнографические диалектизмы не имеют вариантов на других языках, в связи с чем также демонстрируют самобытность Закавказья.

Распространен данный вид диалектизмов в историях Наринэ Абгарян:

«Хочется чтобы папа намял в мацун (кисломолочный продукт, распространенный на территории Закавказья) домашнего хлеба»³⁰⁴.

«За мукой нужно идти в маран (помещение для хранения фруктов и вина)»;

«Полагалось произносить заклинание шепотом, но нани (обращение к бабушке на армянском языке) была глуховата и не сомневалась, что весь мир тоже туг на оба уха»³⁰⁵.

«Цавд танем (непереводимое ласковое обращение в армянской культуре), не сомневайся»³⁰⁶.

Специфические обращения использует в сторителлинге Тинатин Диас:

«Нельзя так, бебо (грузинское обращение, в зависимости от контекста подразумевающее и бабушку, и внука или внучку), разве так можно?»³⁰⁷

³⁰¹ Мариам Сараджишвили. История везучей Эльзы: <https://sputnik-georgia.ru/columnists/20201025/249789230/1-khuzhe-vas-lyudi-zhivut-v-Gruzii---istoriya-vezuchey-Elzy-iz-Sololaki.html>

³⁰² Мариам Сараджишвили. Везет же людям: <https://sputnik-georgia.ru/columnists/20201108/249948569/Vezet-zhe-lyudyam-ili-Kak-proslyt-uspeshnym-avanyuristom-v-Tbilisi.html>

³⁰³ Мариам Сараджишвили. Папа, я женюсь: <https://sputnik-georgia.ru/columnists/20200823/249232776/Papa-ya-zhenyus---istoriya-o-tom-kakie-puti-vybirayut-nashi-deti.html>

³⁰⁴ Блог Наринэ Абгарян. Публикация от 05.12.2020: <https://www.facebook.com/abgaryannarine/posts/3894456220616312>

³⁰⁵ Блог Наринэ Абгарян. Нани: <https://www.facebook.com/abgaryannarine/posts/742688032459829>

³⁰⁶ Блог Наринэ Абгарян. Публикация от 27.09.2020: <https://www.facebook.com/abgaryannarine/posts/3687944431267493>

Мариам Сараджишвили, в свою очередь, употребляет в одном из произведений грузинское обращение к учителю «**мас**»³⁰⁸, распространенное среди детей (сокращенно от официальной формы «масцавлебели»):

*«Доброе утро, **Ли́я–мас!** Как поживаете?»*

Использует автор и другие неперебиваемые грузинские слова для описания культуры Грузии:

*«Есть место в **тонэ (пекарня для грузинского хлеба)**»;*

*«**Генацвале (неперебиваемое обращение), не умирай**»;*

*«Просто Кети собралась замуж, а ее, Эку, назначила **меджваре (обращение к свидетелю на венчании в грузинской церкви)**»³⁰⁹.*

Существует также категория лексико-семантических диалектизмов. Это слова, существующие также в другом языке, однако в данном диалекте обладающие необычным значением. Лексико-семантическая категория наиболее характерна для тбилисского диалекта, а потому проявляется как художественный прием в блоге Мариам Сараджишвили.

«Соседи женились, продавали квартиры, отмечали дни рождения, а Мамука все так же наблюдал за этой круговертью из окна своего седьмого этажа или во время редких выходов на местную биржу (собрание мужчин во дворе) пропустить стаканчик другой пива с ребятами»³¹⁰.

«Не важно, одна хурма (одно и то же)! - Эмзар подошел к роялю, провел рукой по лакированной крышке и присвистнул. – Зверь, а не инструмент»³¹¹.

Как следует из данного этапа исследования когнитивно-тезаурусного уровня языковой личности блогера-публициста в Армении и Грузии, для

³⁰⁷ Блог Тинатин Диас. Публикация от 29.08.2020:

<https://www.facebook.com/tinatin.dias/posts/10220956954985153>

³⁰⁸ Мариам Сараджишвили. Публикация от 27.09.2020: <https://sputnik-georgia.ru/columnists/20200927/249485872/Kak-uchitelnitsa-vsem-vynesla-mozg---realnaya-istoriya-virtualnoy-dstantsionki.html>

³⁰⁹ Блог Мариам Сараджишвили: <https://sputnik-georgia.ru/authors/sarajishvili/>

³¹⁰ Мариам Сараджишвили. Мужчина не должен жить на деньги жены: <https://sputnik-georgia.ru/columnists/20201220/250380218/Muzhchina-ne-dolzhen-zhit-na-dengi-zheny-ili-Prosto-delo-printsipa.html>

³¹¹ Мариам Сараджишвили. Горе-мастера Тбилиси: <https://sputnik-georgia.ru/columnists/20201129/250180296/Gore-mastera-Tbilisi-ili-Strana-dolzha-znat-svoikh-geroev.html>

литературного блогинга диалектизмы и национальные жаргонизмы стали стандартным художественным приемом. Однако очевидно, что данные слова являются не только средствами репрезентации национальной культуры. Транслируя диалектизмы в глобальное медиaprостранство, блогер, таким образом, интегрирует речевую культуру своего региона в коммуникативные модели других социальных групп, влияя на их восприятие Закавказья, то есть способствуя формированию установок и стереотипов об Армении и Грузии за рубежом. Данные установки можно назвать мифами, под которыми М. Вербер подразумевал символическое выражение моделей поведения³¹², а Р. Барт – способ наделяния знаками различных культурных феноменов³¹³. Иными словами, стереотип, или миф, возникающий в блогосфере, становится инструментом конструирования медиареальности. В таком случае диалектизмы считаются частями вербализованных концептов языковой личности автора.

Данную теорию подтверждает таблица в приложении, отражающая символичность диалектных и жаргонных речевых единиц в блогах армянских и грузинских публицистов. Для составления данной таблицы был проведен опрос 50 человек, прочитавших по 5 историй каждого автора, после чего участникам опроса было предложено наделить встречавшиеся им в тексте диалектизмы и жаргонизмы ассоциациями. Схожие более чем среди 10 респондентов ассоциации были объединены в 6 концептов: «гостеприимство», «добрые люди», «типичный грузинский или армянский двор», «кулинария», «уникальная культура» и «особая атмосфера». Важно пояснить, что в таблице не было деления на армянские и грузинские диалектизмы и жаргонизмы из-за глубоких культурных связей между данными государствами, на фоне которого произошло взаимопроникновение просторечий.

³¹² Белей М. А. Постмодернистский метанарратив в произведениях Бернарда Вербера // Бизнес, наука, образование: проблемы, перспективы, интеграция: сб. науч. тр. по материалам межд. научно-практ. конф. М.: «АР—Консалт», 2013. – С. 49 – 53.

³¹³ Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. – М.: Прогресс, 1989. – 457 с

Как показывает исследование, после прочтения 25 текстов в понимании респондентов 16 диалектизмов стали ассоциироваться с понятием гостеприимства. Еще 19 номинативов начали восприниматься участниками опроса как синоним к словосочетанию «добрые люди». С концептом колоритного армянского или тбилисского двора оказалось связано 42 диалектизма и жаргонизма, с кулинарией – 17, а с культурой – 13. Еще 29 диалектизмов и жаргонизмов повлияли на романтизацию атмосферы Закавказья в воображении читателей.

Таким образом, мы можем прийти к выводу, что использование диалектизмов и жаргонизмов является важным коммуникативным аспектом языковой личности публициста Армении или Грузии. На тезаурус данной языковой личности влияют такие показатели, как широта и глубина познаний в области истории и культуры, уровень образования, профессиональный опыт, что проявляется в лексическом словаре автора и используемых им стилистических и жанровых приемах. Что касается местного диалекта, он не только является нормой для литературного блогинга в Армении и Грузии и стилистическим элементом местных художественных жанров, но также обладает экстралингвистическим эффектом, выступая как один из инструментов формирования культурных стереотипов и медиареальности.

Выводы по третьей главе:

В связи с ограниченностью рынка и русскоязычной аудитории в пределах Закавказья блогерам Армении и Грузии, пишущим на русском языке, приходится ориентироваться на иностранных читателей. Конкуренция за внимание аудитории ведет к поиску новых жанровых форм для большей запоминаемости блога, соответственно – к взаимопроникновению жанров. И в Армении, и в Грузии наблюдается тенденция к смешению черт информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров в рамках одной публикации.

Популярностью в блогах Закавказья пользуется и сторителлинг. При этом основной акцент повествования сделан на географическую локацию – Армению или Грузию, - с целью подчеркнуть самобытность региона и автора, проживающего в нем. В связи с этим в рамках армянских и грузинских нарративов происходит трансформация речевых стандартов – употребление тбилисского диалекта русского языка и жаргонизмов в художественных текстах. Очевидно, что использование национально-культурных детерминант стало основным трендом блогинга Армении и Грузии. В дальнейшем блогерам придется создавать новые тенденции для повышения узнаваемости своих страниц.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мгновенное распространение информации в условиях интернета создает новые вызовы для массмедиа. В современном мире традиционные медиа все больше уступают место новым средствам массовой информации, одним из которых стали блоги в силу своей массовости, доступности, интерактивности, а также оперативности, иногда даже сиюминутности процесса публикации. В результате проведенного исследования мы можем утверждать, что на территории Закавказья, в Армении и Грузии, блоги на сегодняшний день выполняют роли как самостоятельных СМИ, так и пресс-служб, а также инструментов рекламы и PR. Блогосфера Армении и Грузии существенно влияет на создание и развитие информационных поводов и таким образом конструирует медиареальность Закавказья, а также образ данного региона в восприятии зарубежной аудитории.

Анализ блогосферы Армении и Грузии позволил установить ряд факторов, способствующих ее становлению и трансформации с 2000 по 2020 годы, а также основным тенденциям, определившим развитие блогинга Закавказья.

Прежде всего, исследование помогло диссертанту определить роль блогов в медиасистеме и медиакультуре Южного Кавказа. В ходе сравнительного анализа блогосфер двух государств было выявлено, что эволюция блогинга в Армении и Грузии проходила практически параллельно и зависела от ряда идентичных обстоятельств: высокого уровня эмиграции на фоне экономического кризиса, политической нестабильности, последовавшего вслед за данными событиями упадка рынка СМИ и, следовательно, необходимости поиска новых форматов работы медиарынка с учетом оптимизации затрат. В связи с этим в обеих странах наблюдался активный процесс конвергенции медиа, когда традиционные СМИ создавали свои страницы и блоги, а также блоги популярных авторов в социальных сетях с целью привлечь дополнительную аудиторию – в частности,

соотечественников, проживающих за рубежом. Направленность на диаспоры в результате привела к многоязычию блогов – в ходе диссертационного исследования было выявлено, что во всех блогах-объектах контент-анализа - используется не только государственный язык (армянский или грузинский), но и английский, русский, либо французский, для обеспечения доступности информации массовой аудитории. В связи с этим автор исследования выделяет полиязычие блогов Закавказья как одну из основных типологических черт блогосферы данного региона.

Отдельное внимание в исследовании уделено вопросам правового регулирования блогинга в Армении и Грузии, в связи с чем автору удалось установить ряд дополнительных сходств в медиаландшафте двух государств: идентичность некоторых законов в области авторского права и рекламы, запрет цензуры, недоработанность законов о СМИ в связи с необходимостью их реформирования и дополнений, поскольку законодательства Армении и Грузии больше затрагивают вопросы регуляции печатной прессы и телевидения, нежели новых медиа.

Теоретический обзор медиапространства Грузии также доказал особую роль национально-культурной детерминанты в функционировании медиа Закавказья как в правовом аспекте, так и на уровне медиапотребления. Отталкиваясь от законов, подчеркивающих особую роль национального алфавита и национальной самобытности в каждой стране, автор изучает влияние регионального колорита на публичную языковую личность и использование национально-культурных детерминант в ее коммуникации с аудиторией. Отдельное внимание при этом уделяется политическим блогам, результаты практического исследования которых демонстрируют, что в политическом блогинге тренд персонификации и формирование имиджа политика в социальных сетях тесно связан с обсуждением таких тем, как национальная принадлежность, государственный язык, локальная культура, специфика обычаев, патриотизм.

Зависимость блогосферы Закавказья от национально-культурных символов показывает и анализ лексикона политических деятелей, а также популярных публицистов Армении и Грузии. В ходе компаративного анализа автор подчеркивает некоторое сходство речевых портретов грузинских и армянских блогеров, выражающееся в следующих явлениях:

- трансформация публицистического стиля в парадигме блогинга;
- строгий выбор либо позитивного, либо отрицательного коннотата при описании других государств в ходе формирования повестки дня, отсутствие нейтральной позиции, проявляемое с помощью использования оценочной лексики;
- однородность лексикона, схожий набор слов, используемый в текстах блогов чаще всего.

Что касается основных различий между блогосферами Армении и Грузии, прежде всего, необходимо выделить разность подхода к ведению блогов в сфере политики. Если грузинские блоги отчасти используют приемы традиционных СМИ (ведение рубрик, привлечение профессиональных специалистов по монтажу, анимации и иллюстрации), то в армянских политических блогах остается наиболее предпочтительным формат стрима. Во-вторых, отличается целевая аудитория блогосфер двух государств – публикации в грузинских блогах в основном ориентированы на местную аудиторию, в то время как армянские блоги вовлекают в публикации соотечественников, проживающих за рубежом.

В ходе работы также удалось подчеркнуть такие тенденции, влияющие на медиареальность Закавказья, как рост популярности блогов на русском языке в связи с развитием туризма в Армении и Грузии. Конкурируя за внимание читателей в русском сегменте Facebook, русскоязычным блогерам Армении и Грузии приходится искать новые жанровые и стилистические формы для большей запоминаемости своих аккаунтов. Анализ литературных блогов Армении и Грузии показывает, что основной тенденцией литблогинга в обеих странах является взаимопроникновение жанров, то есть комбинация

элементов информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров в рамках одной публикации.

Результаты исследования свидетельствуют и о том, что блогеры Армении и Грузии не только используют существующие национальные клише и стереотипы для продвижения своих блогов, но и создают новые мифы путем построения нарративов. В формате сторителлинга как в Армении, так и в Грузии наблюдается трансформация речевых стандартов русского языка – тбилисский диалект русского языка и жаргонизмы становятся литературной нормой в блогосфере Закавказья, что доказывает анализ 503 текстов 5 популярных блогеров-публицистов Армении и Грузии. Употребление жаргонизмов и диалектизмов в медиатекстах создает новые ассоциации, символы и мифы в медиареальности Закавказья, что доказано путем опроса.

Учитывая все вышеперечисленные факторы, можно утверждать, что автор смог доказать гипотезу диссертационного исследования: медиареальность Армении и Грузии действительно сильно зависит от национально-культурных детерминант, что влияет на построение нарративов, речевого портрета как части имиджа языковой личности, стилистические и жанровые трансформации текстов в блогах Закавказья, а также формирование повестки дня в целом.

Автор исследования выдвигает следующие прогнозы развития блогосферы Армении и Грузии:

1. Публичным личностям Закавказья придется еще активнее развивать личные блоги в целях повышения лояльности аудитории к себе, поскольку общество Армении и Грузии все больше пользуется интернетом и социальными сетями, воспринимая их как один из основных источников информации.

2. Использование национально-культурных детерминант в блогах из актуальной тенденции перейдет в разряд основных черт блогосферы

Закавказья, в дальнейшем блогерам придется создавать новые тенденции для повышения узнаваемости своих страниц.

3. Роль русского языка в блогосфере Закавказья будет стабильно расти в связи с повышенным интересом туристов из постсоветских государств к Армении и Грузии по мере ослабления транспортных ограничений, связанных с пандемией коронавируса. В целях выхода из коронакризиса местные организации, задействованные в сфере туризма, будут развивать блоги с использованием русского языка и сотрудничать с русскоязычными блогерами, чтобы привлечь русскоязычную аудиторию, что, в свою очередь, положит начало новому этапу коммерциализации блогов в Армении и Грузии.

Автор исследования полагает, что полученные результаты имеют перспективу для дальнейших исследований и будут полезны студентам, изучающим журналистику стран ближнего зарубежья, политологам, экспертам в сфере медиа и практикующим журналистам Закавказья.

Список использованной литературы

Справочная литература и регламентирующие документы

1. Блог // Кембриджский словарь-онлайн. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/blog> (дата обращения: 15.09.2019).
2. Блогинг // Digimark.pro. URL: <https://digimark.pro/что-такое-blogging/> (дата обращения: 15.09.2019).
3. Всеармянская ассоциация средств массовой информации // Энциклопедия фонда «Хайазг». URL: <https://clck.ru/Ti48B> (дата обращения: 10.09.2020).
4. Книги, журналы и газеты // Национальное агентство статистики Грузии. URL: <https://www.geostat.ge/en/modules/categories/615/culture> (дата обращения: 18.09.2019).
5. Культурология. XX век. Энциклопедия, том 1. – М.: Университетская книга, 1998. – 336 с.
6. Медиа // Статистический комитет Республики Армения. URL: https://web.archive.org/web/20170815143610/http://www.armstat.am/file/article/nasel_01.01.2017.pdf (дата обращения: 18.09.2019).
7. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. – М.: Мир и образование, 2015. – 1376 с.
8. Список прессы Армении. – Ереван: Ереванский пресс-клуб, 2014. URL: <https://урс.am/ru/armenian-media/пресса/> (дата обращения: 20.09.2019).

Книги

9. Авакян Э. С. Мозаика Еревана. – Е.: ВМВ-принт, 2012. – 327 с.

10. Авакян Э. С. Одной жизни мало. – М.: Советский Писатель, 1988. – 416 с.
11. Базанова А.Е. Основы теории публицистики и литературно-художественной критики: учебно-методологическое пособие. – М.: МакЦентр, 2016. – 106 с.
12. Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. – М.: Прогресс, 1989. – 457 с.
13. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе / под ред. Здорового Ю. А. – М.: Медиум, 1996. – 239 с.
14. Богатырёва Е. А. Драмы диалогизма: М. М. Бахтин и художественная культура XX века. – М.: Школа культурной политики, 1996. – 135 с.
15. Бурдье П. Социология политики. – М.: Socio-Logos, 1993. – 336 с.
16. Вайсгербер Й. Л. Родной язык и формирование духа. Пер. с нем. 3-е изд. – М.: URSS, 2009. – 232 с.
17. Думбадзе Н.В. Хазарула. – М.: Правда. Библиотека «Огонек», 1982. – 48 с.
18. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Ленанд, 2018. – 264 с.
19. Кастельс М. Галактика Интернет. – М.: У-Фактория, 2014. – 324 с.
20. Качкаева А. Г. Почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. Качкаевой А. Г. – М.: Фонд социального развития и охраны здоровья «Фокус-Медиа», 2010. – 200 с.
21. Квирикадзе И. М. Мальчик, идущий за дикой уткой. – М.: АСТ, 2016. – 544 с.
22. Ким М.Н., Пак Е.М. Жанры печатных и электронных СМИ. – СПб: ПИТЕР, 2020. – 448 с.
23. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. – М.: Академический проект, 2005. – 448 с.

24. Кирия И. В. Мультимедиа и новые принципы новостей. – М.: Издательство дом НИУ ВШЭ 2017. – 416 с.
25. Ломоносов М. В. Полное собрание сочинений: том 6. – М.: Наука, 2011. – 190 с.
26. Лотман Ю. М. Об искусстве. – СПб.: Искусство-СПБ, 1998. – 653 с.
27. Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса. – Волгоград: Перемена, 2009. – 477 с.
28. Макки Р. Диалог: Искусство слова для писателей, сценаристов и драматургов. – М.: Альпина нон-фикшн, 2018. - 318 с.
29. Маклюэн М. Понимание медиа. – М.: Кучково поле, 2018. – 464 с.
30. Медиафилософия: формирование дисциплины. // Медиафилософия. Основные проблемы и понятия. / Под. ред. В. В. Савчука. — СПб., Издательство Санкт-Петербургского философского общества, 2008. - 245 с.
31. Меликян А., Арутюнян М., Папян А., Дегерян С., Айвазян М. Карта цифровых СМИ: Армения. – Ереван: Фонд «Открытое общество», 2013. – 116 с.
32. Олешко Е. В. Конвергентная журналистика. Профессиональная культура субъектов информационной деятельности: учеб. пособие. / под науч. ред. Лозовского Н. Б. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2015. – 128 с.
33. Пронина Е. Е. Человек как субъект и объект медиапсихологии. Категории медиапсихологии: факты, феномены, фантомы. – М.: МГУ, 2011. – 150 с.
34. Сегела Ж., Лебедева Т. Ностальгия по будущему. – М.: МГУ, 2007. - 128 с.
35. Современный медиатекст: учебное пособие / отв. ред. Н.А. Кузьмина. – Омск, 2011. – 414 с.
36. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2011. - 320 с.

Нормативно-правовые акты

37. Закон Республики Армения «О средствах массовой информации»: офиц. текст. – Ереван: Народное собрание Республики Армения, 2020. URL: https://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=7113 (дата обращения: 25.08.2020).
38. Закон Республики Армения «О рекламе»: офиц. текст. – Ереван: Парламент Республики Армения, 1996. URL: <http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=1707&lang=rus> (дата обращения: 23.09.2019).
39. Закон Республики Армения «О свободе информации»: офиц. текст. – Ереван, Национальное собрание Республики Армения, 2003. URL: https://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=7112 (дата обращения: 24.09.2019).
40. Закон Республики Армения «Об авторском праве и смежных правах». – Ереван: Агентство интеллектуальной собственности Республики Армения, Министерство экономики Республики Армения 2006. URL: <https://www.aipa.am/ru/Copyrightlaw/> (дата обращения: 23.09.2019).
41. Закон Республики Армения «Об электронной связи»: офиц. текст. – Ереван: Законодательное собрание Республики Армения, 2020. URL: https://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=52391 (дата обращения: 08.04.2020).
42. Законодательный вестник Грузии. Закон «О вещании»: офиц. текст. – Тбилиси: Законодательный вестник Грузии, 2005. URL: <https://matsne.gov.ge/ru/document/view/32866> (дата обращения: 23.09.2019).
43. Закон Республики Грузия «О рекламе»: офиц. текст. – Тбилиси: Парламентские ведомости, 1998. URL:

- <https://matsne.gov.ge/ru/document/view/31840> (дата обращения: 23.09.2019).
44. Закон Грузии «О свободе слова и выражения»: офиц. текст. – Тбилиси: Законодательный вестник Грузии, 2004. URL: <https://matsne.gov.ge/ru/document/download/33208/1/ru/pdf> (дата обращения: 25.09.2019).
45. Закон Республики Грузия «Об авторских и смежных правах»: офиц. текст. – Тбилиси: Законодательный вестник Грузии, 1999. URL: <https://matsne.gov.ge/ru/document/view/16198> (дата обращения: 23.09.2019).
46. Кодекс поведения представителей СМИ Армении. – Ереван: Ереванский пресс-клуб, 2007. URL: <https://урс.am/ru/35908/> (дата обращения: 25.09.2019).
47. Конституция Республики Армения: офиц. текст. – Ереван: Национальное собрание РА, 2015. URL: <http://www.parliament.am/parliament.php?lang=rus&id=constitution#1> (дата обращения: 23.09.2019).
48. Конституционный закон Республики Грузия: офиц. текст. – Тбилиси: Законодательный вестник Грузии, 2018. URL: <https://matsne.gov.ge/ru/document/view/30346?publication=36> (дата обращения: 26.09.2019).
49. Конституционное соглашение между Грузинским государством и Грузинской Апостольской Автокефальной Православной Церковью: офиц. текст. URL: <https://drevo-info.ru/articles/13671953.html> (дата обращения: 23.09.2019).
50. Принципы журналистской этики Грузии. – Тбилиси: Qartia.ge, 2017. URL: <https://www.qartia.ge/en/charter/article/38674-principles-of-charter> (дата обращения: 23.09.2019).
51. Хартия журналистской этики Грузии. – Тбилиси: Qartia.ge, 2017. URL: <https://www.qartia.ge/en/about-us> (дата обращения: 23.09.2019).

Диссертации и авторефераты

52. Шилова Е. В. Персонификация информации на российском телевидении. Профессионально-этический аспект: дис. ... канд. филол. наук. – СПб, 2006. – 246 с.

Статьи

53. Агафонова О. В. Диалогичность и интертекстуальность в блогах // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. - 2016. - №2. - С. 107-110.
54. Анохина А. М. Феномен мультимедийного лонгрида и цифровой сторителлинг в сетевых медиа // Знак: проблемное поле медиаобразования. - 2017. – Т. 24, №2. - С. 146-150.
55. Асламазян М. Новые СМИ Армении // От традиционных к сетевым СМИ: передовая практика и перспективы. Сборник материалов 9 Южнокавказской конференции СМИ. – Вена: ОБСЕ. – 2012. – С. 85-93.
56. Багиян Ж. Г. Онлайн-СМИ в медиасистеме Армении // Медиаальманах. – 2017 – Т. 83, №6. – URL: <http://mediaalmanah.ru/files/83/504.php> (дата обращения: 03.10.2019).
57. Базанова А. Е. Литературоведение и журналистика: использование эмоционально-экспрессивных средств в медиатекстах // Вестник РУДН. Серия: «Литературоведение и журналистика». - 2011. - №3. - С. 31-40.
58. Базанова А. Е., Трофимова Г. Н., Уразова С. Л., Гишкаева Л. Н. Трансформация жанровой структуры медиатекста в современном медиаобразовании // Образовательное пространство в информационную эпоху (ЕЕІА -2017): сборник научных трудов международной научно-практической конференции. – М.: Институт

стратегии развития образования Российской академии образования, 2017. – С. 189-198.

59. Белей М. А. Постмодернистский метанарратив в произведениях Бернарда Вербера // Бизнес, наука, образование: проблемы, перспективы, интеграция: сб. науч. тр. по материалам межд. научно-практ. конф. – М.: АР—Консалт, 2013. – С. 49 – 53.
60. Болотнов А. В. Изучение языковой репрезентации тезаурусного подстиля публичной языковой личности в медиадискурсе // Вестник Томского государственного университета. - 2013. - №371. - С. 11-15
61. Вартанова, Е.Л. Конвергенция как неизбежность // От книги до Интернета: журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия. – М.: МГУ, 2000.
62. Грабельников А. А. Особенности конвергентной журналистики // Вестник Университета Российской Академии образования. - 2013. - №3. - С. 79-83.
63. Дмитриевский А. Л. Жанры журналистики // Ученые записки Орловского государственного университета. – 2014. – Т. 60, №4. - С. 149-150.
64. Жигунина Л. В. Медиареальность информационного общества: нужна ли утопии реанимация? // Ученые записки Казанского университета. - 2014. – Т. 156, №1. – С. 48-57.
65. Квеситадзе. Э. Грузинские СМИ: новые вызовы и возможности // Журналистское образование – повышение качества образования и новые технологии. Сборник материалов. 6 Южнокавказской конференции СМИ. - Тбилиси: ОБСЕ. – 2009. – С. 151-165.
66. Киракосян Л. Право на информацию и демократия // Конституционный суд Республики Армения. – 2003. – URL: http://www.concourt.am/armenian/con_right/3.21-2003/Kirakossian.htm (дата обращения: 16.03.2020)

67. Кириллова Н. Б. От медиакультуры к медиалогии // Культурологический журнал. - 2011. - №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ot-mediakultury-k-medialogii> (дата обращения: 16.03.2020).
68. Ковалев А. А. Медиареальность как феномен современной культуры // Вестник МГУКИ. - №6 (38). – 2010. – С. 70-72.
69. Манукян С. Интернет и социальные сети в Армении (2012-2016) // Фонд социологических исследований «Нораванк». 2018. URL: http://www.noravank.am/rus/articles/detail.php?ELEMENT_ID=16928 (дата обращения: 09.11.2019).
70. Патюков, С. В. Социальная сеть: понятие, история возникновения, современное положение дел // Юный ученый. — 2017. — Т. 11, № 2. — С. 75-77.
71. Саргизов Л. А. Правовое регулирование и проблемы рекламы, распространяемой с помощью мобильной телефонной связи. // Датакан ишханутюн. - №3. – 2015. - С. 22-25.
72. Тертычный А. А. Публицистика в современных российских СМИ: рефлексия и практика // Вестник РУДН. Серия: «Литературоведение. Журналистика». - 2018. – Т. 23, №1. - С. 95-102
73. Тодорова О. В. Сторителлинг как инновационный PR-инструмент // Современные проблемы науки и образования. – 2014. - №4. URL: <http://science-education.ru/pdf/2014/4/360.pdf> (дата обращения: 15.05.2020).
74. Горопкина В. А. Поликодовость и гибридность современного медийного словотворчества // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. - 2018. - №6. - С. 248-252.
75. Ульянова М. А. Классификация жанров интернет-дискурса // Lingua mobilis. - 2014. – Т. 49, № 3. - С. 102-110.

76. Чернявская В. Е. Научно-исследовательская статья как вербализация нового научного результата (на материале лингвистики) // Жанры речи. - 2016. – Т. 13, № 1. - С. 56-64.
77. Шеремет В. В. Типология медиаконвергенции // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия «Филология и искусствоведение». - 2012. — № 1. – С. 137-140.

Отчеты о научно-исследовательской работе

78. Медиа-ландшафты стран Восточного партнерства: отчет Ереванского пресс-клуба. – Ереван: Ереванский пресс-клуб, 2011. – 74 с.
79. Годовой отчет по СМИ. – Ереван: Ереванский пресс-клуб, 2014. URL: <https://clck.ru/Ti4dJ> (дата обращения: 05.05.2020).
80. Отчет об использовании социальных сетей в Грузии за 2018 год. – Тбилиси: Агентство IPM, 2019. URL: <https://clck.ru/Ti4EF> (дата обращения: 05.05.2020).

Литература на иностранных языках

81. Armenia - 2019 Ranking // Freedom House. URL: <https://freedomhouse.org/country/armenia/freedom-world/2019> (дата обращения: 10.05.2020).
82. Explanation of Storytelling // National Storytelling Network web-site. URL: <https://storynet.org/what-is-storytelling/> (дата обращения: 23.05.2020).
83. Freedom on the Net. Report 2019 // Freedom House. URL: https://www.freedomonthenet.org/sites/default/files/2019-11/11042019_Report_FH_FOTN_2019_final_Public_Download.pdf (дата обращения: 10.05.2020).

84. Harvey C. B. A Taxonomy of Transmedia Storytelling: Storyworlds across Media. - Nebraska, US: University of Nebraska Press, 2014. - 278-294 p.
85. Internet Usage and Accessibility Tendencies in Georgia. – Tbilisi, Georgia: Institute for Development of Freedom of Information, 2020. – 4-5 p.
86. Jenkins, H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. - New York, US: New York University Press, 2008. – 361 p.
87. Jobs P. What is blogosphere? // Solvid web-site. URL: <https://solvid.co.uk/what-is-blogosphere/> (дата обращения: 08.02.2020).
88. Kakachia K., Patariaia T., Cecire M. Networked Apathy: Georgian Politics and the Role of Social Media // Demokratizatsiya: Journal of Post-Soviet Democratization. 2014. URL: https://www.academia.edu/7501116/Networked_Apathy_Georgian_Party_Politics_and_the_Role_of_Social_Media_Demokratizatsiya_The_Journal_of_Post_Soviet_Democratization_Volume_22_Number_2_Spring_2014 (дата обращения: 02.02.2020).
89. List of Companies // Cartu Group web-site. URL: <http://cartugroup.com/english/about%20us/about.htm> (дата обращения: 15.06.2019).
90. Media Sustainability Index of Georgia 2017 // IREX. URL: <https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2017-georgia.pdf> (дата обращения: 10.01.2021).
91. Myths and Conflict in the South Caucasus. Volume 1. Instrumentalisation of Historical Narratives. – London, UK: International Alert, 2013. - 192 p.
92. Practice of Disclosure of Public Information in 2010-2015 // Institute for Development of Freedom of Information. URL: <https://idfi.ge/en/opendata-2010-2015-part-1> (дата обращения: 15.06.2019).

93. Rising Costs. Government PR-Services // Transparency Georgia. URL: <https://transparency.ge/en/post/rising-costs-government-pr-services> (дата обращения: 08.02.2020).
94. TOP-100 Youtubers in Georgia // SB Rank web-site. URL: <https://socialblade.com/youtube/top/country/ge> (дата обращения: 05.01.2021).
95. Who Owns Georgia`s Media? // Transparency Georgia. URL: <https://www.transparency.ge/en/post/report/who-owns-georgia-s-media> (дата обращения: 15.06.2019).
96. Who Owns Georgian Media? Report – 2018 // Transparency Georgia. URL: <https://www.transparency.ge/en/post/who-owns-georgias-media> (дата обращения: 15.06.2019).
97. YouTube Monetization Countries List 2021 // EcoCnn web-site. URL: <https://ecocnn.com/youtube-monetization-countries-list/> (дата обращения: 10.01.2021).

Электронные ресурсы

98. Акобян М. Обзор законодательства Республики Армения: СМИ // Digital Report. 02.05.2016. URL: <https://digital.report/zakonodatelstvo-armenii-smi/> (дата обращения: 03.08.2019).
99. Армен Саркисян стал президентом Армении // Вести. 02.03.2018. URL: <https://www.vesti.ru/article/1406657> (дата обращения: 05.05.2019).
100. Армен Хачатрян назначен начальником Управления по связям с общественностью аппарата премьера // Armenia Today. 25.06.2020. URL: <https://armeniatoday.news/политика/124285> (дата обращения: 25.06.2020).
101. Армения в онлайн. Почему делами YouTube-геймеров занялся министр // Sputnik-Армения. 15.06.2019. URL: <https://ru.armeniasputnik.am/columnists/20190615/19128019/Armeniya->

v-onalayn-e-pochemu-delami-YouTube-geymerov-zanyalsya-ministr.html (дата обращения: 08.10.2019).

102. Армения взорвала поисковики. Специалисты считают, сколько миллионов принес WCIT-2019 // Sputnik-Армения. 13.10.2019. URL: <https://ru.armeniasputnik.am/society/20191013/20749992/Armeniya-vzorvala-poiskoviki-Spetsialisty-schitayut-skolko-millionov-prines-WCIT-2019.html> (дата обращения: 13.10.2019).
103. Армения отключила аналоговое ТВ // MediaSat. 28.08.2015. URL: <https://mediasat.info/2015/08/28/armenia-dtv/> (дата обращения: 04.11.2019).
104. Армянские пользователи голосуют за приход PayPal в страну // Digital Report. 22.03.2016. URL: <https://digital.report/armenia-paypal/> (дата обращения: 18.03.2020).
105. Берианидзе Ш. Литературный блогинг в современных грузинских медиа // GeoAmbebi. 14.10.2018. URL: <https://geoambebigе.blogspot.com/2018/10/blog-post.html?m=1> (дата обращения: 03.08.2019).
106. Блог агентства «PanArmenian» // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/panarmenian.net/> (дата обращения: 12.12.2020).
107. Блог Араика Арутюняна // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/ArayikHarutyunian> (дата обращения: 12.12.2020).
108. Блог Армена Саркисяна // Instagram. URL: https://www.instagram.com/president_armensarkissian/ (дата обращения: 05.01.2021).
109. Блог Армянской Апостольской церкви // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/holyetchmiadzin> (дата обращения: 10.10.2020).

110. Блог Бидзины Иванишвили // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/BidzinaIvanishviliMedia> (дата обращения: 03.01.2021).
111. Блог газеты «Hetq» // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/hetqonline> (дата обращения: 03.08.2019).
112. Блог Валентины Семилет. // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/valentina.semilet/> (дата обращения: 30.12.2020).
113. Блог Георгия Гахария // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/GakhariaGiorgi> (дата обращения: 25.12.2020).
114. Блог Григория Вашадзе // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/gregory.vashadze> (дата обращения: 28.11.2020).
115. Блог Елены Петросян // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/forte111/> (дата обращения: 30.12.2020).
116. Блог Кахи Каладзе // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/kakhakaladzeofficial> (дата обращения: 31.12.2020).
117. Блог Маники Асатиани // Instagram. URL: https://www.instagram.com/manika_asatiani/ (дата обращения: 03.08.2019).
118. Блог Мариам Сараджишвили // Sputnik Грузия. URL: <https://sputnik-georgia.ru/authors/sarajishvili/> (дата обращения: 30.12.2020).
119. Блог Михаила Саакашвили // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100044568183561> (дата обращения: 30.12.2020).

120. Блог мэрии Еревана // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/YerevanCityHall> (дата обращения: 09.09.2020).
121. Блог мэрии Тбилиси: «Tbilisi City Hall» // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/CityHallofTbilisi> (дата обращения: 12.12.2020).
122. Блог Наиры Зограбян // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/n.zohrabyan> (дата обращения: 03.01.2021).
123. Блог Наринэ Абгарян // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/abgaryannarine/> (дата обращения: 03.01.2021).
124. Блог Никола Пашиняна // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/nikol.pashinyan> (дата обращения: 02.01.2021).
125. Блог офиса президента Армении // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/Armpresident> (дата обращения: 02.01.2021).
126. Блог Патриархии Грузии // Facebook. URL: <https://clck.ru/Ti43t> (дата обращения: 10.10.2020).
127. Блог Саломе Зурабишвили // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/zourabichvilisalome> (дата обращения: 24.12.2020).
128. Блог Тинатин Диас // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/tinatin.dias> (дата обращения: 03.01.2021).
129. Блог Эдмона Марукяна // facebook. URL: <https://www.facebook.com/marukyan.edmon> (дата обращения: 05.12.2020).
130. В Грузии могут начать бороться с клеветой на уровне закона // Sputnik-Грузия. 12.01.2019. URL: <https://sputnik-georgia.ru/politics/20190112/243861408/V-Gruzii-mogut-nachat->

- borotsya-s-klevetoy-na-urovne-zakona.html (дата обращения: 03.08.2019).
131. В Грузии помиловали 34 заключенных. Это вызвало скандал // BBC News. 30.08.2019. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-49517533> (дата обращения: 01.09.2019).
132. Валерий Савчук: Медиареальность. Медиа субъект. Медиа философия // Mediaphilosophy.ru. 2018. URL: http://mediaphilosophy.ru/library/mediaphilosophy_II/31.pdf (дата обращения: 10.05.2020).
133. Videоблог Армянской Апостольской церкви // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/user/ArmenianChurch/videos> (дата обращения: 25.12.2020).
134. Грузия в докладе Freedom House о свободе интернета // Грузия Online. 06.11.2019. URL: <https://www.apsny.ge/2019/pol/1573090505.php> (дата обращения: 02.01.2020).
135. Грузия переходит на цифровое вещание // Sputnik-Грузия. 01.07.2015. URL: <https://sputnik-georgia.ru/society/20150701/227975384.html> (дата обращения: 01.09.2019).
136. Девдариани: Грузии необходимо бороться с fake-news // Sputnik-Грузия. 14.01.2019. URL: <https://sputnik-georgia.ru/radio/20190114/243887564/Devdariani-v-Gruzii-neobkhodimo-borotsya-s-fake-news.html> (дата обращения: 20.05.2020).
137. Другое качество, другая скорость – Пашинян о строительстве детсада в Ранчпаре // Sputnik-Армения. 03.12.2019. URL: <https://ru.armeniasputnik.am/society/20191203/21301675/Drugoe-kachestvo-drugaya-skorost-Pashinyan-o-stroitelstve-detsada-v-Ranchpare.html> (дата обращения: 04.02.2020).

138. Зачем еда, когда есть казино – на что тратят деньги граждане Грузии // Sputnik-Грузия. 07.06.2018. URL: <https://sputnik-georgia.ru/economy/20180607/240781610/Zachem-eda-kogda-est-kazino-na-chto-tratjat-dengi-grazhdane-Gruzii.html> (дата обращения: 05.04.2019).
139. Интернет в Армении свободен // NewsArmRu. 05.11.2019. URL: http://newsarmru.com/news/freedom_house_internet_v_armenii_svoode_n/2019-11-05-2168 (дата обращения: 02.01.2020).
140. Казарян М., Таксилдарян А. Синергия эмоций и технологий: как сторителлинг помог организовать IT Конгресс WCIT в 2019 // VC.RU. 17.08.2020. URL: https://vc.ru/marketing/150772-sinergiya-emociy-i-tehnologiy-kak-storitelling-pomog-organizovat-it-kongress-wcit-v-2019?fbclid=IwAR2Fequ0Cml_UGsxxv3mLaaiFPsdvuMKVaNEd5bcs5kXEKtIHv_KO4ASukkc (дата обращения: 17.08.2020).
141. Как использовать визуальный сторителлинг в 2020 году? 4 урока от брендов // РБ. 26.05.2020. URL: <https://rb.ru/opinion/visual-storytelling-2020/> (дата обращения: 26.05.2020).
142. Как Facebook помогает исключить коррупцию в паспортных столах // Sputnik Армения. 01.12.2019. URL: <https://ru.armeniasputnik.am/society/20191201/21272787/Kak-Facebook-pomogaet-isklyuchit-korruptsiyu-v-pasportnykh-stolakh--Bichakhchyan-pro-revolyuetsiyu.html> (дата обращения: 02.01.2020).
143. Кардашьян в Армении: бизнес, политика и крещение детей в Эчмиадзине // BBC News. 08.10.2019. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-49972277> (дата обращения: 27.05.2020).
144. Клевета должна стать уголовно наказуемой // Радио Sputnik. 17.04.2019. URL: <https://sputnik-georgia.ru/radio/20190417/> (дата обращения: 17.04.2019).

145. Кулинарный блог Анаит Пирузян // Дочки-матери. URL: <https://dochkimateri.com/sections/blogs/piruzyan> (дата обращения: 13.03.2020).
146. Лига защиты правозащитников // Facebook. 28.08.2019. URL: <https://www.facebook.com/377027605839214/photos/a.377027642505877/1209340732607893/?type=3&theater> (дата обращения: 12.05.2020).
147. Лорткипанидзе: клевета в Грузии должна стать уголовно наказуемой // Sputnik-Грузия. 17.04.2019. URL: <https://sputnik-georgia.ru/radio/20190417/244970144/Lortkipanidze-kleveta-v-Gruzii-dolzha-stat-ugolovno-nakazuemoj.html> (дата обращения: 17.04.2019).
148. Международный фестиваль сторителлинга пройдет в Тбилиси // Sputnik Грузия. 19.06.2019. URL: https://m.sputnik-georgia.ru/culture/20190619/245634612/Mezhdunarodnyy-festival-storitellinga-proydet-v-Tbilisi.html?mobile_return=no&fbclid=IwAR3W4QKS7P6tU8fEJK59S17JTmkPpYKeH_fETTUatTVmshkQKxNP45vAaww (дата обращения: 24.09.2019).
149. Мэрия Тбилиси начинает борьбу против нарушителей закона «О рекламе» // Sputnik-Грузия. 28.02.2018. URL: <https://sputnik-georgia.ru/Tbilisi/20180228/239487593/meriya-tbilisi-nachinaet-borbu-protiv-narushitelej-zakona-o-reklame.html> (дата обращения: 15.09.2019).
150. Не врать и не материться! В Грузии обсуждают возможность наказания за мат и клевету // Sputnik-Грузия. 18.04.2019. URL: <https://sputnik-georgia.ru/reviews/20190418/244973749/Stanet-li-kleveta-ugolovnym-prestupleniem-v-Gruzii.html> (дата обращения: 02.01.2020).
151. О численности армян // Центр поддержки русско-армянских стратегических и общественных инициатив. URL: <https://russia-armenia.info/node/40313> (дата обращения: 10.03.2020).

152. Остановка вещания, увольнения и протесты. Чем обернулись оскорбления грузинским журналистом Путина // 360 ТВ. 08.07.2019. URL: <https://360tv.ru/news/tekst/oskorbleniya-gruzinskogo-zhurnalista/> (дата обращения: 02.01.2020).
153. Паства встретит Патриарха Грузии в Тбилиси живой стеной // Sputnik-Грузия. 20.02.2017. URL: <https://sputnik-georgia.ru/society/20170220/234944815/Pastva-vstretit-Patriarha-Gruzii-v-Tbilisi-zhivoj-serju.html> (дата обращения: 10.10.2019).
154. Петросян Е. Тбилисский синдром // News Georgia. 20.06.2015. URL: <https://www.newsgeorgia.ge/%D1%82%D0%B1%D0%B8%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9-%D1%81%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D1%80%D0%BE%D0%BC/> (дата обращения: 08.10.2020).
155. Победить коронавирус – президент Армении решил испытать студентов // Sputnik-Армения. 20.03.2020. URL: <https://ru.armeniasputnik.am/society/20200320/22462852/Pobedit-koronavirus-prezident-Armenii-reshil-ispytat-studentov.html> (дата обращения: 20.03.2020).
156. Посол РФ: Россия заинтересована, чтобы в Армении активно работали русскоязычные СМИ. Хотя их экономическое положение оставляет желать лучшего // Новости-Армения. 10.09.2020. URL: <https://newsarmenia.am/news/armenia/posol-rf-rossiya-zainteresovana-chtoby-v-armenii-aktivno-rabotali-russkojazychnye-smi-khotya-ikh-eko/> (дата обращения: 10.09.2020)
157. Президент Армении рассказал, как раньше праздновал День Победы // Sputnik-Армения. 09.05.2020. URL: <https://ru.armeniasputnik.am/video/20200509/22983570/Prezident-Armenii-rasskazal-kak-ranshe-prazdnoval-Den-Pobedy-.html> (дата обращения: 09.05.2020).

158. Президент Грузии отреагировала на уголовное дело в связи с помилованием осужденных // Sputnik-Грузия. 20.09.2019. URL: <https://sputnik-georgia.ru/politics/20190920/246552657/Prezident-Georgia-otreagirowala-na-ugolovnoe-delo-v-svyazi-s-pomilovaniem-osuzhdennykh.html> (дата обращения: 21.09.2019).
159. Премия «Ararat Challenge» // Официальный сайт. URL: <https://araratchallenge.com/en> (дата обращения: 05.05.2020).
160. Пресс-конференция: как решить проблему игромании в Грузии? // Sputnik-Грузия. 25.02.2020. URL: <https://sputnik-georgia.ru/pressclub/20200225/247810418/Press-konferentsiya-na-temu-Kak-reshit-problemu-igromanii-v-Gruzii.html> (дата обращения: 02.06.2020).
161. Приняты поправки в закон РА «О телевидении и радио» относительно деятельности СМИ в период выборов // Ереванский пресс-клуб. 16.11.2014. URL: <https://ypc.am/ru/35931/> (дата обращения: 05.05.2019).
162. Русскоязычная пресса Грузии ищет выход // Спутник Грузия. 05.06.2010. URL: https://m.sputnik-georgia.ru/actual/20100605/213244634.html?mobile_return=no&fbclid=IwAR0E9ldUblI7hI8P2yESCVmAiFxl4T0F_85iPYTGEgAO_ZnSzEBdYVRDAeQ (дата обращения: 20.10.2019).
163. Скандально известный ведущий «Рустави 2» Габуния сохранит работу // Sputnik-Грузия. 19.07.2019. URL: <https://sputnik-georgia.ru/politics/20190719/246001541/Skandalno-izvestnyy-veduschiy-Rustavi-2-Gabuniya-sokhranit-rabotu.html> (дата обращения: 20.05.2020).
164. Скрупник Р. Приемы сторителлинга: нарратив и сюжет, без которых не бывает историй // MadCats. URL: <https://madcats.ru/content-marketing/storytelling/> (дата обращения: 19.08.2020).

165. Согласно действующему закону «О рекламе», в Грузии все надписи на вывесках должны быть на грузинском языке // Тбилисская неделя. 26.02.2018. URL: <https://tbilisi.media/main/70988-soglasno-dejstvuyushhemu-zakonu-o-reklame-v-gruzii-vse-nadpisi-na-vyveskah-dolzhny-byt-na-gruzinskom-yazyke/> (дата обращения: 24.11.2019).
166. Соцсети и тотальное поглощение // Sputnik Армения. 09.03.2019. URL: <https://ru.armeniasputnik.am/armenia/20170309/6642369/sotsseti-i-armeniya-totalnoe-pogloshenie.html> (дата обращения: 20.05.2020).
167. Спутник Таоба завершил первую модель проекта для школьников Тбилиси // Sputnik Грузия. 31.05.2019. URL: https://m.sputnik-georgia.ru/press_release/20190531/245438605/Sputnik-Taoba-zavershil-pervuyu-modul-proekta-dlya-shkolnikov-Tbilisi.html (дата обращения: 31.05.2019).
168. Станет ли клевета уголовным преступлением в Грузии // Sputnik-Грузия. 18.04.2019. URL: <https://sputnik-georgia.ru/reviews/20190418/244973749/Stanet-li-kleveta-ugolovnym-prestupleniem-v-Gruzii.html> (дата обращения: 20.05.2020).
169. Число изучающих русский язык в мире упало в два раза со времен распада СССР // РБК. 28.11.2019. URL: <https://www.rbc.ru/society/28/11/2019/5ddd18099a79473d0d9b0ab1> (дата обращения: 28.11.2019).
170. Школьники в Тбилиси увлекаются азартными играми – исследование // Sputnik-Грузия. 15.04.2019. URL: <https://sputnik-georgia.ru/georgia/20190415/244947078/shkolniki-v-tbilisi-uvlekeyutsya-azartnymi-igrami--issledovanie.html> (дата обращения: 16.04.2019).
171. Язык вражды в Армении применяется в основном в связи с внутренней политикой // Еркрамас. 04.12.2014. URL: <https://yerkramas.org/article/84905/yazyk-vrazhdy-v-armenii->

- primenyaetsya-v-osnovnom-v-svyazi-s-vnutrennej-politikoj (дата обращения: 28.02.2019).
172. PanArmenian Media Group прекращает свою деятельность // Голос Армении. 09.02.2019. URL: <https://www.golosarmenii.am/article/75973/PanArmenian-Media-Group-prekrashhaet-svoyu-deyatelnost> (дата обращения: 10.01.2020).
173. Armenia Seeks to Boost Population // BBC News. 21.02.2007. URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/6382703.stm> (дата обращения: 01.09.2019).
174. BlogNewsAm // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/blognews.am> (дата обращения: 10.01.2020).
175. Civil.ge // Official Website. URL: <https://civil.ge/> (дата обращения: 10.01.2020).
176. Media.ge // Official Website. URL: <http://media.ge/> (дата обращения: 10.01.2020).
177. Can YouTube or Google Add Armenia to Monetized Markets // YouTube Help. 06.02.2019. URL: <https://support.google.com/youtube/thread/1477913?hl=en> (дата обращения: 20.05.2020).
178. Martirosyan S. Twitter for News Agencies: Enjoy It While You Can // Media.am. 12.12.2011. URL: <https://media.am/en/critique/2011/12/12/1077/> (дата обращения: 13.11.2019).
179. PanArmenian Agency // Official Website. URL: <https://www.panarmenian.net/rus/> (дата обращения: 05.05.2020).
175. WCIT 2019 Yerevan. Why Armenia? // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/watch/?v=194532794487088> (дата обращения: 18.09.2020).

176. YouTube to Add Armenia in Monetization Programme // Change.org.

URL: <https://www.change.org/p/youtube-llc-youtube-to-add-armenia-in-monetization-programme> (дата обращения: 05.05.2020).

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Биографии политиков Грузии и Армении

Грузия

Георгий Гахария. Родился в 1975 году в Тбилиси, ГССР. С 2019 года является главой правительства Грузии. Ранее занимал должности министра внутренних дел, вице-премьера, министра экономики и устойчивого развития, а также бизнес-омбудсмена Грузии. По образованию историк и политолог, степень магистра политических наук получил в МГУ им. Ломоносова. До прихода в политику работал в сфере частного бизнеса, владеет английским и русским языками.

Саломе Зурабишвили. Родилась в 1952 году в Париже, Франция. С 2018 года является президентом Грузии и верховным главнокомандующим Вооруженными силами Грузии. По образованию политолог, окончила Колумбийский университет США. После выпуска из университета работала в МИД Франции, с 2003 года занимала должности чрезвычайного и полномочного посла Франции в Грузии, министра иностранных дел Грузии. В 2005 году после снятия с должности министра создала оппозиционное движение «Общественное движение Саломе Зурабишвили», позже переименованное в «Путь Грузии», однако в 2010 году объявила об уходе из грузинской политики. В 2018 году победила на президентских выборах Грузии. По данным ТАСС, в разной степени владеет французским, английским, итальянским, немецким и русским языками.

Кахабер Каладзе. С 2017 года является мэром столицы Грузии Тбилиси. Родился в 1978 году в Самтредиа, ГССР. Бывший спортсмен, в прошлом лучший футболист Грузии, также играл на позиции защитника в

футбольных клубах «Милан» и «Дженоа». По образованию историк, выпускник Тбилисского государственного университета имени Джавахишвили. После ухода из спорта работал в сфере частного бизнеса. В 2012 году вступил в партию «Грузинская мечта», в октябре того же года был избран в парламент Грузии, после чего занимал посты вице-преьера страны, а также министра энергетики. Владеет русским, английским, итальянским языками.

Михаил Саакашвили. Родился в 1947 году в Тбилиси, ГССР. Бывший президент Грузии, основатель политической партии «Единое национальное движение». Специалист по международному праву, окончил Институт международных отношений в Киеве, позднее обучался в Международном институте прав человека в Страсбурге, Колумбийском университете, университете Джорджа Вашингтона. Стал стипендиатом Госдепартамента США. С 2004 по 2013 год являлся президентом Грузии. В 2013 году покинул Грузию, до сих пор разыскивается властями страны по ряду уголовных дел. С 2020 года руководит Исполнительным комитетом Национального совета реформ Украины. Владеет русским, английским, французским и украинским языками.

Григол Вашадзе. Председатель партии «Единое национальное движение». Родился в 1958 году в Тбилиси, ГССР. В прошлом сотрудник МИД СССР, министр иностранных дел Грузии. Специалист по международному праву, окончил МГИМО. Работал в сфере частного бизнеса. Владеет русским, английским, итальянским, испанским, португальским, а также французским языками.

Армения

Никол Пашинян. Премьер-министр Армении. Родился в 1975 году в Иджеване, Армянской ССР. Учился на отделении журналистики Ереванского государственного университета, однако был отчислен из-за своего сотрудничества с оппозиционными изданиями. До прихода в политику в 2006 году работал корреспондентом и редактором различных армянских газет.

Неоднократно организовывал акции протеста против действий властей Армении, в 2018 году возглавил «Бархатную революцию». Владеет русским, английским и французским языками.

Армен Саркисян. Президент Армении. Родился в 1953 году, в Ереване, Армянской ССР. Окончил Ереванский государственный университет, кандидат физико-математических наук. Преподавал в МГУ имени Ломоносова и Кембридже. В 1991 году перешел в сферу дипломатии. С 2002 по 2011 гг. являлся гражданином Великобритании. С 2018 года избран на пост президента Армении. Владеет русским, английским, французским языками.

Араик Арутюнян. Президент непризнанной Нагорно-Карабахской республики. Родился в 1973 году. Кандидат технических наук. В 1992 году участвовал в обороне непризнанной республики Арцах. С 1995 года пришел в политику – изначально работал ассистентом министра экономики и финансов Арцаха, в 2005 году стал депутатом, представлявшим фракцию «Родина» в Национальном собрании НКР. Владеет армянским и русским языками.

Наира Зограбян. Депутат парламента Армении. Родилась в 1965 году в Ереване, Армянской ССР. По специальности театровед, международный журналист. С 1992 года работала корреспондентом в различных армянских газетах, с 2007 года стала ведущей политической программы «Верелк» на телевидении, в том же году стала депутатом и членом партии «Прорывающая Армения». С 2015 года является председателем данной партии. Владеет русским и английским языками.

Эдмон Марукян. Политик, правозащитник. Родился в 1981 году в Кировакане, Армянской ССР. По специальности юрист, окончил Московский государственный университет коммерции, затем повышал квалификацию в Хельсинкском фонде по правам человека, Академии госуправления Армении, а также выиграл стипендию на обучение в магистратуре университета Миннесоты в США. Член адвокатской палаты Армении. В 2012

году был избран депутатом Национального собрания, в 2016 году стал одним из основателей партии «Елк». Выступает за выход Армении и ЕАЭС, при этом считает, что проевропейская политика не навредит отношениям с РФ. Владеет русским и английским языками.

Объединенный лексический словарь грузинских политиков

безопасность	между	принять
борьба	международный	проблема
будущий	мечта	программа
быль	мирный	проект
важный	много	прошлый
ваш	народ	путь
вернуть	национальный	работа
вид	начать	работать
вместе	нашить	развитие
возможность	необходимо	ребенок
все	несколько	регион
встреча	новое	решение
выборы	нужно	Россия
высокий	один	Саакашвили
Гахария	оппозиция	сделать
Георгий	организация	сегодня
город	отношение	семья
государство	пандемия	ситуация
гражданин	парк	смочь
грузинский	парламент	совет
грузия	партия	создать
группа	партнер	социальный
движение	партнерство	страна
европейский	победа	США
единый	победить	также
житель	поздравлять	территория
заседание	политический	успех
заявление	полностью	успешный
здравоохранение	полный	участвовать
знать	получить	участие
имя	помощь	центр
конечно	правительство	число
коронавирус	президент	экономический
лари	премьер-министр	являться

Объединенный лексический словарь армянских политиков

агрессия	защита	развитие
Азербайджан	имя	реализация
азербайджанский	интервью	ребёнок
Армен	исторический	регион
Армения	история	режим
армия	Карабах	республика
армянин	конфликт	решение
армянский	коронавирус	решить
Арцах	лицо	родина
безопасность	маска	Россия
борьба	международный	свобода
будущий	место	семья
власть	министр	сила
военный	мир	сильный
возможный	мирный	система
война	момент	ситуация
вопрос	народ	следовать
встреча	население	следующий
выразить	находиться	слово
выступление	национальный	служба
герой	община	собрание
говорить	ответственность	совет
год	отношение	создать
город	победа	солдат
государственный	повестка	сообщество
государство	поддержка	соотечественник
гражданин	политический	социальный
гражданский	получить	средство
граница	помощь	сторона
группа	посетить	страна
действие	правительство	США
депутат	право	территория
диаспора	правовой	турецкий
дорога	правый	Турция
дорогой	президент	уважаемый
драм	премьер-министр	условие
друг	принять	участвовать
жизнь	проблема	участие
житель	программа	центр
задача	процесс	человек
закон	работа	шаг
заседание	рабочий	эпидемия

Приложение 4

Символичность диалектных и жаргонных речевых единиц в блогах
армянских и грузинских публицистов

	Гостеприимство	Добрые люди	Двор	Кулинария	Уникальная культура	Особая атмосфера
Убан	+	+	+		+	
Тонэ				+	+	
Аба						+
Бебо	+	+	+	+		+
Хурма			+			+
Генацвале	+	+			+	
цават танем	+	+	+		+	+
Келех			+		+	+
Чаличной			+			+
Хатабала			+			+
Мас		+	+			+
Баджагло					+	
Меджваре		+	+		+	
Джан	+	+	+		+	+
хорошая нога	+	+	+		+	+
Шушабанд	+		+		+	+
Балам		+	+			
Мама		+	+			
Бадриджан	+			+		
Пирадоба						+
Варжапет		+	+			
змейка			+			+
Паста			+			+
шпилька			+			+
печеное	+		+	+		+
Мацун/ мацони			+	+		
Черное вино	+		+	+	+	
Коши			+			+
метлах			+			+
саперави	+			+		
хинкали	+		+	+		
Бохча			+			
тжвжик	+			+		
Лобио	+			+		
чустики			+			+
ролинг			+			+
ботасы			+			+

Апсус			+			
испанах				+		
мутака						+
матховар			+			+
кекелка			+			+
Хихо			+			
Маран/ марани			+	+	+	
Туга			+	+		
Базроба		+	+			+
Супра	+	+	+	+	+	+
Биржа		+	+			+
Султанчики	+			+		
цанцар		+	+			+
джигар		+	+			
чанчур		+	+			+
Нани		+	+	+		
Бабо		+	+	+		