

Любовь Антонова,
г. Ярославль

Отношения «автор» – «адресат» в блогодискурсе региональной журналистики

Автор исследует отношения «автор – адресат» в региональном блогодискурсе. Анализ конкретного массива записей позволяет отметить характерные черты диалога блогера и реципиента, основанного на доверии и уважении. Однако и реплики автора, и комментарии читателей ожидаемы и узнаваемы, в отличие от практики ведения блогов в столице.

Ключевые слова: блог; блогодискурс; языковая личность блогера; отношения «автор – адресат»; «Эхо Москвы – Ярославль»; М. Нуждин; региональная журналистика; ярославская журналистика

Слово «блог», как известно, происходит от английского «blog», что является производным от **web log**, виртуальный «сетевой журнал или дневник событий». Блог – это своеобразный «дневник наоборот», потому что записи (посты) автора хранятся на электронных носителях в обратном порядке. Такое расположение записей отвечает задачам блогодискурса: в первую очередь автора и адресата должны интересовать события дня нынешнего, и этому посвящён, как правило, очередной пост.

Пост блога – каждая конкретная запись в электронном журнале автора. Она является записью иницирующей и часто интересна и эффективна только с последующими комментариями.

Практически любой современный региональный блогер ставит цели большие, чем просто поведать своим адресатам о собственных эмоциях или каких бы то ни было личных переживаниях. Он частично наделён функционалом журналиста. Можно сказать, что блогеры (и блогосфера как пространство адресантов и адресатов коммуникации в блогах) создают *особый коммуникативный продукт информирования* своих потребителей, находящихся с ними в контакте пользователей, о тех или иных событиях: иницируют подачу информационного повода для коммуникации, дают оценку представленной информации под тем или иным углом журналистского зрения.

Если обратиться к анализу тематического содержания региональных блогов, можно заметить, что подавляющее большинство авторов использует стратегию *«заинтересованного информационного пользователя»* и, прежде всего, отражает ключевые события текущей недели, что оправдывает ожидания адресата. Предлагаются новости *«на потребу дня»*, всячески варьируется информационный мейнстрим и выбирается *«незанятая информационная полоса»*, чтобы двигаться вместе с адресатом в направлении *дополнения или уточнения уже знакомого читателям информационного события*. Некоторые блогеры сами задают тему, генерируют нити информационного полотна, *создают информационные поводы, зачастую прибегая к стратегии*.

Даже при самом поверхностном взгляде на информационное полотно можно заметить, что некоторые информационные поводы имеют ярко выраженные *ограничения по охвату адресатов*. Можно легко объяснить, что информация локальна по объективным причинам: принцип региональной журналистики – прежде всего, обращаться к местным событиям и таким образом *«презентовать новостной повод»*. Хотя возможны случаи, когда неактуальная для регионального читателя информация получает некоторый интерес у изначально нейтрального адресата. Но обычно *потребитель коммуникативных продуктов блогеров сам осознанно и целенаправленно ищет информацию* по той или иной теме (реже по автору) и становится на первом этапе читателем/комментатором того или иного блога.

Нам показалось целесообразным проанализировать блог регионального журналиста, чтобы увидеть, как складываются отношения автора и адресата блоговых записей в региональном информационном пространстве, как проявляет себя языковая личность блогера в информационном дискурсе.

Обратимся непосредственно к примеру. Для анализа был взят блог журналиста радиостанции «Эхо Москвы – Ярославль» Марка Нуждина (<http://www.echo76.ru/blog-personal/39>).

Именно этот блог был выбран по следующим причинам:

- автор блога известен в регионе как медийная личность;
- блог относительно легко найти в Сети по имени его автора;
- блог имеет актуальный как минимум для жителей региона контент;
- коммуникативное поведение блогера свидетельствует, что блог был создан не «по заданию редакции», и отвечает принципам индивидуальной блогосферы.

Мы проанализировали более 20 записей автора за 2012–2013 год и определили особенности организации информационного диалога с читателем в режиме данного блогодискурса.

Так, например, для блогодискурса М. Нуждина характерен специфический, достаточно узкий выбор тем (общественно-социальные проблемы региона, историко-культурное наследие Ярославского края, парадоксы местной политической практики); предлагаемые читателям темы в блоге почти всегда являются своеобразным продолжением тематики обсуждения в эфире региональной радиостанции «Эхо Москвы». Обращает на себя внимание тот факт, что блогер пишет о городских проблемах для горожан и ожидает обратную связь – комментарии адресатов. Но при этом не использует для такого диалога необходимых коммуникативных приёмов: посты автора представляют собой большие законченные тексты, он активно рассуждает, методично и мотивированно выражает свою позицию, с редкими элементами внутреннего диалога. В анализируемых записях не встречаются, к сожалению, приёмы «провоцирования» адресата (недостает полемичности, неожиданного «ракурса» в анализе проблемы или в авторских комментариях).

Как показывает опыт анализа блогодискурса М. Нуждина, автор позиционирует себя как журналист с активной позицией, знающий «что» и «как» сказать. Но речевая партия адресата не является самостоятельной, она всегда продиктована рамками, тематикой и тональностью блоговой записи; адресат в большинстве случаев оценивает не только информацию, но и

критическую позицию блогера и встаёт «на защиту» авторских аргументов. Ещё одно интересное наблюдение: адресат и в форме записи, и в использовании приёмов речевого воздействия внешне «копирует» блогеровую запись автора (и посты, и комментарии, как правило, подробны и развёрнуты, и чем больше по объёму пост, тем больше объём комментария того или иного адресата); автор не использует, в отличие от других блогеров, приёмов поликодовости – читатель также пользуется в основном вербальным инструментарием, редко прибегая к использованию графемики или видеофайлов.

На наш взгляд, ярославский журналист-блогер и его адресат в контексте блогосферы ещё не испытывают особого интереса и «драйва» при работе с информационным событийным материалом при передаче или при восприятии информации; они информационно грамотны, активны, но «ожидаемы» и «узнаваемы» в своих репликах-реакциях, что значительно отличается от подобной коммуникативной позиции участников столичной блогосферы.