

DOI: 10.24290/1029-3736-2023-29-3-28-49

ОБРАЗ ЗДОРОВЬЯ В БЛОГОСФЕРЕ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ (Часть 1)*

А.В. Лядова, канд. социол. наук, доц. кафедры современной социологии социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Ленинские горы, 1, стр. 33, г. Москва, Российская Федерация, 119234**

Статья посвящена исследованию медиатизации сферы здоровья на примере блогосферы. Данная тема рассматривается как актуальная, но недостаточно разработанная в отечественном научном дискурсе, вследствие чего, а также с учетом значимости здоровья как важнейшей составляющей общественной и индивидуальной жизнедеятельности, возникает необходимость ее изучения. В работе предпринята попытка анализа особенностей репрезентации образа здоровья и практик здоровьесбережения в блогосфере. Данный медиаформат сегодня можно рассматривать как мейнстрим виртуальной коммуникации, особенно он популярен среди молодежи. Статья содержит два блока. Первый — теоретико-методологический, в котором представлен анализ ключевых понятий: блог, блогосфера, блогинг. С использованием в качестве теоретико-методологической основы для их изучения концепции социального пространства, теорий социального действия в работе предложены следующие их определения: блог выступает как особое социальное пространство, в рамках которого участники осуществляют социально-коммуникативную деятельность — блогинг, направленную на удовлетворение их социальных потребностей, осуществляемую с помощью языка посредством интерпретаций передаваемых смыслов, конструирования их и обмена ценностями, порождая свой дискурс и социальное знание по артикулируемым темам, тем самым способствуя формированию новой социальной реальности — блогосферы. Вторая часть исследования отражает основные направления научной дискуссии об особенностях репрезентации сферы здоровья в блогах на основе анализа актуальных отечественных и зарубежных публикаций по данной проблематике. В работе проведены сравнительный анализ и систематизация основных подходов и позиций исследователей, выявлены особенности репрезентации сферы здоровья в блогосфере, а также положительные эффекты и основные проблемы, связанные с влиянием блогов на социальные представления о здоровье и практиках здоровьесбережения.

Ключевые слова: здоровье, медиатизация здоровья, новые медиа, блоги, блогинг, блогосфера, дискурс о здоровье в блогосфере.

* Исследование выполнено при поддержке Российского научного фонда, грант № 23-28-01081. URL: <https://rscf.ru/project/23-28-01081/>

** Лядова Анна Васильевна, e-mail: annaslm@mail.ru

HEALTH REPRESENTATION IN THE BLOGOSPHERE: A SOCIOLOGICAL ANALYSIS (Part 1)

Liadova Anna V., PhD in Sociology, Associate Professor, Department of Contemporary Sociology, Faculty of Sociology, Lomonosov Moscow State University, Leninskiye Gory, 1-33, Moscow, Russian Federation, 119234, e-mail: annaslm@mail.ru

The article deals with the study of health mediatization on the example of the blogosphere. This topic is considered as relevant, but not sufficiently developed in the domestic scientific discourse, thus, as health is an significant component of social and individual life, it is important to study it. The paper attempts to analyze the features of the representation of the image of health and health-saving practices in the blogosphere. Nowadays the media format is considered as the mainstream of virtual communication, and it is especially popular among young people. The article contains two parts. The first one is theoretical and methodological, including the analysis of key concepts: blog, blogosphere, blogging. Using as a theoretical and methodological basis for their study the concept of social space, theories of social action, the following definitions are proposed in the work: a blog acts as a special social space where participants carry out social and communicative activities — blogging, that aims to meet their social needs and is carried out with language through the interpretation of transmitted meanings, their construction and exchange of values, generating its own discourse and social knowledge on articulated topics, thereby contributing to the formation of a new social reality — the blogosphere. The second part of the study reflects the main directions of scientific discussion about the features of the representation of the health sector in blogs based on the analysis of relevant domestic and foreign publications of the issue under discussion. The work includes a comparative analysis and systematization of the main approaches, the features of the health representation in the blogosphere, as well as the positive effects and main problems associated with the influence of blogs on social ideas about health and health saving practices.

Key words: health, mediatization of health, new media, blogs, blogging, blogosphere, health discourse in the blogosphere.

За последние несколько лет исследования здоровья и его сохранения стали одним из актуальных тематических векторов в отечественном научном дискурсе. По результатам поиска научных публикаций по данной теме в базе российского индекса научного цитирования их число за последние пять лет составило свыше 14,6 тысяч, что по сравнению с предыдущим аналогичным периодом (около 9,8 тыс.) выросло практически в 1,5 раза¹.

¹ Поиск производился по ключевым словам “здоровье”, “здоровый образ жизни”, “отношение к здоровью”, “здоровьесбережение”, “риски здоровью”, “факторы здоровья”, без учета морфологии по базам периодических, монографических изданий, материалов конференций и диссертационных исследований за периоды с 2012 по 2017 гг. включительно, 2018–2023 гг. включительно.

Рост исследовательского интереса обоснован рядом социально значимых трендов в развитии сферы здоровья в современном российском обществе, а именно:

а) неудовлетворительным состоянием здоровья, прежде всего, молодого поколения, на фоне общей тенденции старения населения, что порождает необходимость изучения причин этих деструкций²;

б) преобладанием в структуре заболеваемости болезней “цивилизации” и “образа жизни”, что обуславливает поиск факторов, их детерминирующих, а также мер, способствующих их преодолению³;

в) развитием биомедицинских технологий, социальное осмысление которых подразумевает анализ возможных перспектив и ограничений их внедрения, а также изучение изменений, происходящих в структуре социального института медицины, включая вопросы биоэтики, трансформации социальных представлений о здоровье и рисках ему и их влияния на отношение населения к своему здоровью⁴;

² См.: *Стырькова Н.А.* Формирование ценностного отношения студенческой молодежи к здоровью и здоровому образу жизни // Закономерности и тенденции инновационного развития общества: Сб. ст. по итогам Междунар. науч.-практ. конф., Стерлитамак, 28 января 2019 года. Ч. 2. Стерлитамак, 2019. С. 54–57; *Ковалева О.В., Верховский А.Е., Иванова О.В.* Анализ отношения старшеклассников к своему здоровью и здоровому образу жизни // Уральский медицинский журнал. 2019. № 14 (182). С. 149–151; *Цыгановский А.М., Цыбина Е.А., Пешкова Н.В.* Исследование особенностей отношения к здоровью и здоровому образу жизни у студентов факультета физической культуры // Успехи гуманитарных наук. 2020. № 6. С. 58–64; *Есауленко И.Э., Попов В.И., Петрова Т.Н.* Влияние условий и образа жизни на здоровье студентов: медико-социальная характеристика приоритетных факторов риска // Здоровье молодежи: новые вызовы и перспективы. Т. 4. М., 2019. С. 8–31; *Назарова И.Б.* Мониторинг состояния здоровья населения и факторов риска (к методологии изучения здоровья) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2022. Т. 22. № 3. С. 616–629.

³ См.: *Цаняк Т.А., Кляритская И.Л., Кривой В.В., Иськова И.А.* Здоровый образ жизни как определяющий фактор продолжительности жизни // Крымский терапевтический журнал. 2020. № 2. С. 69–75; *Евстифеева С.Е., Капустина А.В., Никонов Е.Л.* Возрастные и гендерные характеристики поведенческих факторов риска и приверженности здоровому образу жизни у москвичей // Кардиоваскулярная терапия и профилактика. 2020. Т. 19. № 5. С. 220–229; *Щетинина С.Ю., Санина В.А.* Роль физического воспитания в современном обществе // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2020. № 3 (181). С. 506–509; *Горина Е.Е., Саулина М.А.* Формирование основ трезвого образа жизни: теоретические и практические аспекты // Социальные отношения. 2020. № 1 (32). С. 68–78; *Лядова А.В.* Социальные факторы здоровья в условиях пандемии новой коронавирусной инфекции // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2021. Т. 27. № 4. С. 134–156; *Мартыненко Т.С.* Болезни образа жизни: здоровье человека в современном городе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2021. Т. 21. № 1. С. 18–35.

⁴ См.: *Хальфин Р.А., Мадьянова В.В., Качкова О.Е., и др.* Пациентоориентированная медицина: предпосылки к трансформации и компоненты // Вестник Россий-

г) усилением социального неравенства в сфере здоровья, порождающим дискуссию в исследовательском поле не только о его причинах, но, в первую очередь, разработке эффективных стратегий по его снижению⁵;

д) кризисом пандемии новой коронавирусной инфекции, социологический анализ которого привел к актуализации исследований существующих пробелов в функционировании современных систем охраны здоровья и поиска путей их решения, а также переосмыслению роли здоровья в жизнедеятельности индивида и общества в целом⁶.

Наряду с указанными направлениями к мейнстриму современного дискурса о здоровье можно отнести исследования цифровизации сферы здоровья, которые охватывают сегодня целый ряд вопросов, начиная от концептуализации введенных в научных оборот “цифровых” понятий (“цифровое здоровье”, “цифровое здравоохранение”, “электронное здравоохранение”, “телемедицина”, “кван-

ского университета дружбы народов. Серия: Медицина. 2019. Т. 23. № 1. С. 104–114; Ерохин А.К., Коваленко С.В. Моральная аргументация рисков использования нанотехнологий в биомедицине // Социодинамика. 2019. № 10. С. 44–54; Попова О.В. Тело как объект экспериментирования и становление этоса биомедицины: уроки Нюрнберга // Эпистемология и философия науки. 2021. Т. 58. № 1. С. 125–141; Михель Д.В., Резник О.Н. Биотехнологическая революция в медицине как новый вызов для общества: опыт ее восприятия в США и России // Россия и современный мир. 2022. № 1 (114). С. 22–44.

⁵ См.: Бояркина С.И., Ходоренко Д.К. Теоретические подходы к изучению формирования и воспроизводства социальных неравенств в здоровье // Журнал социологии и социальной антропологии. 2020. Т. 23. № 5. С. 41–73; Лядова А.В. Социальное неравенство и проблемы здоровья в научном дискурсе: историко-сравнительный анализ // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2021. Т. 27. № 1. С. 36–71; Русинова Н.Л., Сафронов В.В. Возрастные различия статусных неравенств в здоровье: значение социального государства // Социологический журнал. 2021. Т. 27. № 1. С. 97–121; Шибалков И.П., Павлова И.А., Недоспасова О.П., Тагина Е.К. Систематизация социально-экономических факторов, определяющих неравенство в здоровье: литературный обзор // Вестник Томского государственного университета. 2021. № 468. С. 101–114.

⁶ См.: Осадчая Г.И., Селезнев И.А., Киреев Е.Ю., Киселева Е.Е. Социальное здоровье граждан Евразийского экономического союза в условиях пандемии COVID-19 // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. 2021. Т. 29. № S1. С. 768–773; Рыжкова Т.Б., Тарасенко Е.А. Забота о здоровье и благополучии: изменение трендов потребительского поведения в условиях пандемии CoVID-19 // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. 2021. № 2. С. 24–37; Ивахненко Г.А. Влияние пандемии COVID-19 на отношение россиян к своему здоровью: социологический анализ // Социология медицины. 2022. Т. 21. № 1. С. 109–116; Решетников В.А., Коршевер Н.Г., Рюк В.В., Сидельников С.А. Детерминанты здоровья в условиях пандемии COVID-19 // Гигиена и санитария. 2022. Т. 101. № 12. С. 1575–1580; Рассказова Е.И., Тхостов А.Ш. Отношение к здоровью и готовность к лечению в ситуации пандемии // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. 2023. № 1. С. 3–30.

тификация телесности”), изучения трансформации социального института медицины и перехода к цифровой модели его функционирования, появления новых практик здоровьесбережения, до анализа возможностей и рисков влияния цифровой среды на состояние индивидуального и общественного здоровья⁷.

Несмотря на рост исследовательского интереса к данной проблематике одной из актуальных, но пока недостаточно представленных в рамках отечественного научного дискурса о цифровизации здоровья, выступает тема медиатизации сферы здоровья, а именно, изучение влияния новых медиа на социальные представления о различных проблемах, рисках здоровью, отношении населения к своему здоровью и практики здорового образа жизни.

Под новыми медиа подразумеваются средства передачи информации и способы коммуникации на основе интернет-технологий, особенностями которых являются интерактивность, конвергентность, полиформатность, гиперсвязанность, диалогичность, доступность⁸. К новым медиа относятся социальные сети, чаты, форумы, блоги, электронные сервисы почтовых сообщений, интернет-издания.

Значимость изучения данной проблематики обусловлена несколькими аспектами.

Во-первых, по-прежнему вызывает серьезную обеспокоенность среди экспертов общественного здравоохранения негативная ди-

⁷ См.: Богомякова Е.С., Дупак А.А. Мобильное здравоохранение в действии: практики цифрового селф-трекинга студентов России и Европы // Научный результат. Социология и управление. 2021. Т. 7. № 2. С. 88–101; Брызгалова Е.В. Селф-трекинг как скетч цифровой медицины и объект эпистемического анализа // Праксема. Проблемы визуальной семиотики. 2021. № 3 (29). С. 55–82; Дмитриева Е.В. Социология здоровья и цифровое здравоохранение // Коллекция гуманитарных исследований. 2021. № 3 (28). С. 6–11; Орлов Г.М. Цифровое развитие здравоохранения: акцент на трансформации взаимодействия с пациентом // Информационное общество: образование, наука, культура и технологии будущего. 2021. № 5. С. 9–16; Хрянин А.А., Русских М.В., Киселева Т.В. Новые возможности цифрового здравоохранения (мобильное приложение) в профилактике ИППП и ВИЧ-инфекции среди молодежи // Journal of Siberian Medical Sciences. 2021. № 4. С. 40–52; Богомякова Е.С. “Доверяй, но проверяй”: практики заботы о здоровье в условиях цифровизации здравоохранения // Журнал исследований социальной политики. 2022. Т. 20. № 2. С. 263–278.

⁸ См.: Карякина К.А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента // Медиаскоп. 2010. № 1. С. 6–9; Горошко Е.И., Землякова Е.А. Полиформатный мессенджер как жанр 2. 0 (на примере мессенджера мгновенных сообщений Telegram // Жанры речи. 2017. № 1. С. 92–100; Marshall Ph.D. New media cultures. L., 2004; Flew T. New media: an introduction. Oxford, 2008; Носовиц С.Г. Новые медиа: к определению понятия // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 39–47.

намика в состоянии здоровья российской молодежи и структуре заболеваемости молодых россиян.

Наряду с этим в условиях цифровизации общества популярным источником информации, включая тематику здоровья, для современной молодежи является интернет. Виртуальные сообщества, блоги, чаты, форумы выступают основным социально-коммуникативным пространством для молодых людей, в котором они делятся своим опытом, получают ответы на волнующие их вопросы, в том числе, и о болезнях и здоровье⁹. Так, по данным исследования медиапотребления среди российского населения, проведенного в 2021 г. аналитическим агентством “Всероссийский центр изучения общественного мнения”, подавляющее большинство респондентов в возрасте от 18 до 35 лет предпочитает получать новости из социальных сетей и блогов (80%), аналитических сайтов в интернете (53%), более трех часов в день проводят в социальных сетях и мессенджерах¹⁰. Учитывая широту распространения, доступность и персонифицируемый характер информации в новых медиа, что порождает феномен инфлюенсинга¹¹, социальные сети, блоги, форумы и другие подобные медиаформаты в виртуальном пространстве становятся не только ведущими источниками информации, но и трансляторами определенных ценностей и моделей поведения. Однако в условиях широкой коммодификации сферы здоровья в современном обществе и возможности монетизации транслируемого контента с помощью различных инструментов, предоставляемых цифровыми платформами, формируемые под воздействием новых медиа образы и практики здоровья не всегда могут иметь позитивный эффект на пользовательскую аудиторию, прежде всего, молодое поколение, что актуализирует необходимость научного изучения социальных аспектов этого влияния¹².

⁹ Клинова Д.А. Дискурс блогера: социально-коммуникативный аспект // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Философия. 2021. № 1. С. 81.

¹⁰ Медиапотребление и активность в интернете. Аналитический обзор. ВЦИОМ. 2021. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotreblenie-i-aktivnost-v-internete> (дата обращения: 31.05.2023).

¹¹ См.: От блогеров — к инфлюенсерам: борьба за внимание и влияние на аудиторию. Новые тренды. Аналитический доклад. ВЦИОМ. 2020. URL: <https://wciom.ru/analytical-reports/analiticheskii-doklad/ot-blogerov-k-inflyuenseram-borba-za-vnimanie-i-vliyanie-na-auditoriyu-novye-trendy> (дата обращения: 31.05.2023); Захаркин Р.А., Аргылов Н.А. Инфлюенсеры как медиазначимые другие: современные тренды вторичной социализации // Власть. 2021. № 6. С. 27–37.

¹² Клинова Д.А. Дискурс блогера: социально-коммуникативный аспект // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Философия. 2021. № 1.

В этой связи в рамках данной работы предпринята попытка выявить особенности воздействия новых медиа на репрезентацию здоровья на примере анализа блогосферы.

Данный медиаформат в качестве исследовательской базы выбран как по причине его растущей популярности в современном информационно-коммуникативном пространстве, так и в силу того, что основными пользователями (создателями и потребителями) блогинга являются представители молодого поколения¹³.

И хотя в научном дискурсе изучение роли блогосферы в контексте исследований здоровья и здорового образа жизни представляет актуальное направление, однако, в отечественном исследовательском поле оно пока недостаточно разработано¹⁴, что вызывает необходимость систематизации существующих подходов и мнений ученых.

Настоящее исследование включает два раздела. Первый из них содержит теоретическую часть, в которой представлен анализ ключевых понятий работы. Второй раздел отражает основные направления научной дискуссии об особенностях репрезентации сферы

С. 82; Дудина В.И., Сайфулина В.О. “Почитала, еще меньше вакцинироваться захотелось”: онлайн-дискурс вакцинной нерешительности // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2023. № 1. С. 279–298; Jones R.K., Biddlecom A.E. Is the internet filling the sexual health information gap for teens? An exploratory study // Journal of Health Communication. 2011. Vol. 16. N 2. P. 112–123; Waszak P.M., Kasprzycka-Waszak W., Kubanek A. The spread of medical fake news in social media — the pilot quantitative study // Health Policy and Technology. 2018. Vol. 7. N 2. P. 115–118; Zanatta E.T. et al. Fake news: the impact of the internet on population health // Revista da Associação Médica Brasileira. 2021. Vol. 67. P. 926–930; Banerjee D., Meena K.S. COVID-19 as an “infodemic” in public health: critical role of the social media // Frontiers in Public Health. 2021. Vol. 9. P. 610–623.

¹³ Согласно данным исследования, проведенного ВЦИОМ в 2021 г., среди респондентов, читающих и просматривающих блоги, 63% — это представители молодежи (См.: Медиапотребление и активность в интернете. Аналитический обзор. ВЦИОМ. 2021. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotrebienie-i-aktivnost-v-internete> (дата обращения: 31.05.2023)).

¹⁴ См.: Груздева М.А. Инструменты формирования самосохранительных практик населения: социальные сети и блогосфера // Социальное пространство. 2017. № 4 (11). С. 1–11; Варнавская Е.В. Сетевой медицинский дискурс в блогосфере: социолокт и специфика онлайн-общения // Концепт. 2019. № 5; Ним Е.Г. “Вы есть ваши данные”: селф-трекинг как феномен глубокой медиатизации // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2020. № 5. С. 29–53; Кульпин С.В., Савчук Г.А., Якимова О.А. Зачем молодежь создает контент о здоровом образе жизни: факторный анализ тематических блогов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 2. С. 168–190; Дудина В.И., Сайфулина В.О. “Почитала, еще меньше вакцинироваться захотелось”: онлайн-дискурс вакцинной нерешительности // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2023. № 1. С. 279–298.

здоровья в блогах на основе анализа актуальных отечественных и зарубежных публикаций по данной проблематике.

Блог как социальный феномен. Хотя существует несколько историй о происхождении блогинга¹⁵, наиболее распространена версия о том, что слово “blog”, сокращенное от термина “weblog”, было введено американским сетевым специалистом Йорном Баргером в 1997 г. для описания списка ссылок на своем веб-сайте и отражения его поисковых запросов в пространстве интернета¹⁶. Поэтому базовое значение самого термина (weblog) — это “онлайн-дневник”.

Впоследствии благодаря разработке специальных веб-сервисов, таких как Blogger (1999) и Wordpress (2005), которые обеспечили пользователей широким набором инструментов для создания и ведения их дневников, популярность блогов резко возросла, что привело к их отождествлению с особой журналистской деятельностью по созданию и распространению “народных новостей”¹⁷. Также в рамках онлайн-дневников у их читателей появилась возможность оставлять свои комментарии, что обеспечило блоги функцией обратной связи, положив начало развитию на их основе сетевых сообществ и, вследствие этого, их активной гибридизации¹⁸.

В этой связи американский разработчик программного обеспечения Д. Винер, который сам является первопроходцем в блогинге, и чей блог Scripting News¹⁹ считается блогом-“долгожителем”, существующим уже более тридцати лет, сравнивает создание и распространение блогинга с революцией в коммуникации²⁰.

В современном цифровом медиапространстве ведение блогов можно рассматривать как коммуникативный мейнстрим. Сегодня в мире на различных платформах существует более 600 миллионов блогов, при этом каждый день создается в среднем 120 000 новых блогов²¹.

¹⁵ См.: *Абрамов Р.Н.* Методологические и содержательные аспекты социальных исследований блогов: аналитический обзор // *Социология*: 4М. 2012. № 35. С. 91.

¹⁶ *Rettberg J.W.* Blogging. Cambridge, 2014. P. 5–6; After 10 Years of Blogs, the Future’s Brighter Than Ever. URL: <https://www.wired.com/2007/12/after-10-years-of-blogs-the-futures-brighter-than-ever/> (accessed: 03.05.2023).

¹⁷ *Педрони М.* Двадцать лет модной блогосферы и инфлюенсинга: критический обзор // *Теория моды: одежда, тело, культура*. 2022. № 1 (63). С. 167–204.

¹⁸ *Абрамов Р.Н.* Методологические и содержательные аспекты социальных исследований блогов: аналитический обзор // *Социология*: 4М. 2012. № 35. С. 92.

¹⁹ <http://scripting.com/>

²⁰ *Lankshear C., Knobel M.* Blogging as participation: the active sociality of a new literacy. N.Y., 2006.

²¹ Number of US bloggers in 2022/2023: demographics, revenues, and best practices. URL: <https://financesonline.com/number-of-us-bloggers/> (accessed: 05.05.2023).

В России рост популярности блогов начинается с середины первого десятилетия XXI в., а базовой площадкой для их распространения стал так называемый “Живой журнал” (LiveJournal)²². Сегодня наряду с данной платформой активно используются и другие российские сервисы: Яндекс.Дзен, Teletype, Telegram, YouTube, Rutube, предлагающие различные инструменты и форматы для ведения онлайн-дневников.

Развитие блогов иллюстрирует особый этап в истории эпохи интернета, характеризующийся не только технической трансформацией доступа людей к информации, но и значимыми социальными изменениями, а именно, иными способами ее создания, продвижения, и самое важное, формирования обширных социальных сообществ, объединяемых в виртуальной сети взаимосвязанными ссылками.

В этой связи в современном лексиконе, описывающем виртуальную среду, появилось новое понятие — блогосфера. По аналогии с такими словами, как “техносфера”, “антропосфера” и т.п., его можно трактовать как часть виртуальной реальности, в которой создаются и функционируют блоги, “сообщество блогов”²³.

Хотя указанное определение рассматриваемого понятия вполне отражает его общее содержание, тем не менее в рамках социологического анализа следует также обратить внимание и на дополнительные его трактовки, в которых акцент ставится не столько на технических особенностях организации онлайн-дневников в виртуальном пространстве, сколько на их социальных характеристиках. Так, учитывая информационно-коммуникативные аспекты функционирования блогосферы, ее можно рассматривать как медиаресурс²⁴. Наряду с этим в условиях сетевых интеракций блогосфера выступает как “распределенное в виртуальном пространстве знание... ценный механизм для объединения мнений и смыслов, новый способ конструирования социального знания... новый формат социальной реальности, в котором объединяется публичная и приватная сферы”²⁵.

Благодаря развитию интернет-технологий онлайн-дневники из средства трансляции информации превратились в особое со-

²² Абрамов Р.Н. Указ. соч. С. 97.

²³ Груздева М.А. Инструменты формирования самосохранительных практик населения: социальные сети и блогосфера // Социальное пространство. 2017. № 4 (11). С. 3.

²⁴ Там же. С. 4.

²⁵ См.: Meinel C. et al. Blogosphere and its exploration. N.Y., 2015; Halavais A. The blogosphere and its problems: Web 2.0 undermining civic Webspaces // First Monday. 2016. N 21 (6).

циальное пространство. Исходя из определения данной категории в рамках классических и современных концепций²⁶, можно выделить такие его характеристики, как обусловленность социальными взаимодействиями и отношениями, множественность, динамичность, открытость, особая темпоральность, структурированность, символическая наполненность, неразрывная связь с культурой, что находит отражение через нормы, регулирующие отношения в нем²⁷.

Наряду с указанными чертами блог как социальное пространство имеет и определенные особенности. В первую очередь, это его виртуальность, что обуславливает и соответствующие характеристики взаимодействующих участников и объектов, а также порождает новые виды социальных конструкторов, например, способы формирования социальных связей (онлайн-марафоны), новые социальные практики, в том числе в сфере здорового образа жизни²⁸.

Также исследователи обращают внимание на его гетерогенность, конвергентность, гипертекстуальность²⁹, а также сетевой характер³⁰, что обуславливает восприятие его границ не через степень близости, а через интеграцию на основе разделяемых сообществом социальных смыслов.

Основываясь на теории испанского социолога М. Кастельса о новой коммуникационной системе, которая “радикально трансформирует пространство и время... лишая местности... культурного, исторического, географического значения... вызывая к жизни пространство потоков... материальный фундамент новой культуры... где выдуманный мир есть выдумка в процессе своего создания”³¹, также следует обратить внимание на особенности формирования самого пространства и идентичности в его контексте, что позволяет

²⁶ Бурдые П. Социология социального пространства. М.; СПб., 2007; Вебер М. Город. М., 2017; Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000; Парк Р.Э. Городское сообщество как пространственная конфигурация и моральный порядок // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 11. Социология: РЖ. 2000. № 3. С. 136–150; Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество / Общ. ред., сост. и предисл. А.Ю. Согомонова. М., 1992; Филиппов А.Ф. Социология пространства. СПб., 2008.

²⁷ См.: Бужин В.Н. Социальное пространство в социологическом дискурсе // Среднерусский вестник общественных наук. 2010. № 4. С. 23–34.

²⁸ См.: Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2005; Минина В.Н., Василькова В.В. От социального пространства к пространству онлайн социальных сетей: исследовательские подходы и вызовы // Социальное пространство. 2019. № 5. С. 1–15.

²⁹ Там же.

³⁰ См.: Шарков Ф.И. Социальные сети как основа формирования пространства публичных коммуникаций // Коммуникология. 2019. Т. 7. № 4. С. 32–40.

³¹ Кастельс М. Указ. соч. С. 353.

характеризовать ее как проектную³². В этой связи онлайн-дневники выступают как пространство для конструирования и функционирования виртуального “Я”.

С одной стороны, в ходе трансляции с помощью цифровых средств определенного событийного контента из реальной жизни отражается личность самого автора. С другой — сам контент, выступая как основа виртуальных интеракций, выполняет сетеобразующую функцию и, тем самым, способствует конструированию виртуальной личности, что дает основание рассматривать “личность в сети” как “производное от своего контента и своих интеракций”³³. При этом интересно отметить, что, так как в рамках блогов основными средствами коммуникации выступают авторские посты и комментарии на них со стороны аудитории (пользовательские отклики), их содержание, на наш взгляд, выступает ключевым ориентиром для блогера в конструировании своей идентичности, которая подстраивается под реакцию пользователей. При этом для привлекательности блога и его ведущего важны любые оценки, независимо от их эмоциональной окрашенности — “лайки” или “хейт”, ведь они в любом случае позволяют поймать “хайп” и делают блог популярным.

В этой связи отмечается динамичный, неустойчивый образ виртуальной личности, подверженный частым изменениям, в зависимости от реакций значимых Других, элементы которых она также может в себя включать, что позволяет выделить еще одну ее характеристику — многоструктурность³⁴. Таким образом, “сетевая личность невозможна без другой сетевой личности... автор сетевого дневника обращается к себе, к Другому и к себе как Другому”³⁵.

Если блог выступает как особое социальное пространство, то деятельность, направленная на его создание и развитие, т.е. блогинг, может быть интерпретирована как совокупность социальных действий. В этой связи представляется продуктивным анализ блогинга с помощью теорий социального действия М. Вебера, Т. Парсонса и Ю. Хабермаса.

Согласно подходу немецкого социолога М. Вебера, социальное действие характеризуется как осмысленное, ориентированное на

³² Минина В.Н., Василькова В.В. Указ. соч. С. 9–10.

³³ Асмолов А.Г., Асмолов Г.А. От Мы-медиа к Я-медиа: трансформации идентичности в виртуальном мире // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2010. № 1. С. 18.

³⁴ Хитров А. Блог как феномен культуры // Журнал социологии и социальной антропологии. 2007. Т. 10. № 5. С. 74.

³⁵ Там же. С. 75.

значимого Другого, индивидуально мотивированное³⁶. Несмотря на то что блог, если рассматривать его в традиционном жанре как онлайн-записи жизненных событий или новостей, ведется от лица автора, он априори обладает диалогичностью, так как его формат предполагает ориентацию на пользовательскую аудиторию — значимых Других. При этом, как отмечается исследователями, коммуникация, осуществляемая в блогах, может быть разделена на три уровня взаимодействия: межличностный, групповой и массовый³⁷.

Также блогинг как деятельность имеет определенную цель, детерминированную мотивацией самого блогера. Так, на примере исследования, проведенного среди блогеров в Стэндфордском университете, было выявлено несколько мотивов, почему люди разного возраста, социального статуса, рода деятельности, ведут личные онлайн-страницы, а именно: 1) как документирование своей жизни; 2) предоставление комментариев и мнений; 3) для эмоциональной разрядки (катарсис); 4) для поиска идей; 5) с целью создания сообществ по интересам; 6) для самовыражения и самоактуализации³⁸.

Наряду с выделенными причинами ведения блогов также следует указать и их использование в современном медиапространстве для профессиональной деятельности³⁹. При этом бизнес-блоги могут создаваться как отдельными пользователями интернета, так и выступать как площадка для продвижения корпоративных интересов⁴⁰. Благодаря предлагаемым сервис-платформам разнообразным способам монетизации (например, размещение рекламы), целью блогинга также может быть и материальный интерес, стремление к обогащению и получению прибыли⁴¹.

³⁶ Вебер М. Основные социологические понятия // Вебер М. Избранные произведения. М., 1990. С. 628–630.

³⁷ Панюшева М.М. Блогосфера: традиционные СМИ vs нетрадиционные // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. № 4. С. 108.

³⁸ Nardi B.A. et al. Why we blog // Communications of the ACM. 2004. Vol. 47. N 12. P. 44.

³⁹ См.: Лаурелль К. Когда блогеры становятся дизайнерами: как меняются профессии в системе моды // Теория моды: одежда, тело, культура. 2020. № 56. С. 223–243.

⁴⁰ См.: Образцова А.Ю., Сердотецкий Ф.А. Механизмы продвижения и монетизации российских и зарубежных СМИ в социальных сетях // Меди@льманах. 2022. № 3 (110). С. 75–84.

⁴¹ Назимко А.Е. Web 2.0: между массовой и элитарной культурой // Медиа-философия. 2009. Т. 2. № 2. С. 80–86; Климова Д.А. Дискурс блогера: социально-коммуникативный аспект // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Философия. 2021. № 1. С. 82; От блогеров — к инфлюэнсерам: борьба за внимание и влияние на аудиторию. Новые тренды. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=10560> (дата обращения: 31.05.2023).

В рамках своей теории американский социолог Т. Парсонс определяет социальное действие как поведение действующего субъекта, направленное на достижение цели, нормативно регулируемое, имеющее место в определенной ситуации, состоящей из объектов, по отношению к которым у актора есть ориентация (представления и мотивация), а также рационально значимое⁴². При этом действия не являются разрозненными, а объединены в системы: социальную, систему личности, культурную, каждая из которых обладает своими характеристиками⁴³. Так, социальная система включает взаимодействие между двумя и более акторами, следовательно, их действия обусловлены ориентацией друг на друга, которые выступают в качестве цели, средства для ее достижения или “объектами оценочных суждений”⁴⁴. В системе личности особую роль для организации действия играют потребности, лежащие в основе личностной мотивации⁴⁵. Культурная же система — это система ценностных эталонов, которые выступают как значимые ориентиры во взаимодействиях в рамках первых двух систем, способствуя их проникновению друг в друга⁴⁶. На уровне социальной системы они представляют собой организованный набор правил или стандартов, определяющих порядок взаимодействия (ролевые предписания), который индивид усваивает в процессе социализации, вследствие чего ценностные ориентации на уровне системы личности есть ее приверженность к этим эталонам, а значит, они выступают как основание диспозиции потребностей⁴⁷.

Используя теорию действия американского социолога для анализа, блогинг можно представить как социальную систему, включающую взаимодействующих блогера и его аудиторию⁴⁸, которые имеют определенные цели, достигаемые в заданных виртуальной средой условиях и с помощью наличных средств. Важно учитывать, что действия всех участников в этом пространстве ориентированы друг на друга: так, автор публикует свой контент с предвидением определенной реакции пользователей, которые, в свою очередь, в зависимости от оценки привлекательности и информационной содержательности представленного материала, оставляют комментарии,

⁴² Парсонс Т. О структуре социального действия. М., 2000. С. 459–460.

⁴³ Там же. С. 461.

⁴⁴ Там же.

⁴⁵ Там же.

⁴⁶ Там же. С. 462.

⁴⁷ Там же. С. 469.

⁴⁸ Аудитория блога.

подписываются на страницу или просто уходят, если публикация не вызывает отклика.

Несмотря на широкие возможности, предоставляемые блог-платформами для создания своих страниц, все-таки следует отметить, что условия и средства ведения блога ограничены, т.е. блогинг выступает как нормативно регулируемая деятельность. Так, российский сервис Яндекс.Дзен жестко регламентирует размещение медицинского контента. Согласно указанным на платформе требованиям, “можно публиковать материалы на медицинскую тематику, если они опираются на принципы доказательной медицины и несут информационную ценность для пользователей. Важно, чтобы материал на такую тему не давал прямых схем лечения, но мотивировал пользователя обратиться за официальной медицинской помощью... запрещены материалы, которые побуждают отказаться от профессиональной медицинской помощи, призывая лечиться самостоятельно или пропагандируя недоказанные методы лечения”⁴⁹.

Наряду с этим значимым для развития блогинга выступает мотивация участников. Если для авторов блог может быть способом удовлетворения потребностей в самовыражении, социальной поддержке, сопричастности, эмоциональной разрядке, самоутверждении, о чем было сказано ранее, то причины, почему люди читают блоги, обусловлены разнообразием функций, которые может выполнять этот медиаформат, и, следовательно, удовлетворять их различные интересы. Так, на основе статусно-ролевого критерия выделяют несколько типов пользователей и, соответственно, целей посещения блогов⁵⁰. Для первого типа характерна открытость и нормативность поведения, что позволяет предполагать его участие в коммуникации для достижения определенной цели, зачастую получение какой-то информации, обмена мнениями, поиска решения. Второй тип пользователей ориентирован на самореализацию, реализацию потребности в социальной поддержке, включая информирование о значимых для них вопросах, которые они не могут задать своим близким. Для самопрезентации такие пользователи используют вымышленные имена, что свидетельствует об их потребности в реализации своих интересов и ограниченности сделать это в офлайн-среде. К третьему типу относятся те, кто читает и комментирует блоги ради развлечения, психологической разрядки, при

⁴⁹ Требования к контенту. Справка. URL: <https://dzen.ru/help/requirements/rules.html#clickbait>

⁵⁰ Богданов Д.В. Социальные функции интернета // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2011. № 1 (21). С. 114–120.

этом часто оставляемые ими посты содержат негативные отклики, ненормативную лексику, высказывания недовольства⁵¹.

Таким образом, как для пользователей, так и для авторов блогинг как система социальных действий выполняет различные функции, способствуя реализации их потребностей.

Наряду с рассмотренными подходами также перспективным представляется анализ блогинга как социальной деятельности с помощью теоретико-методологической оптики, разработанной немецким социологом Ю. Хабермасом⁵².

Согласно его подходу, понятие социального действия может быть рассмотрено в рамках четырех моделей: а) телеологической; б) нормативно регулируемой; в) драматургической; г) коммуникативной⁵³. Первая подразумевает достижение максимальной пользы или поставленной цели с помощью выбираемых самим актором средств⁵⁴. Нормативно регулируемая деятельность предполагает групповое взаимодействие с ориентацией на общие для всех участников ценности. Как указывает автор, ключевым в этой модели выступает понятие “следование норме”, которое “означает выполнение некоего генерализованного поведенческого ожидания”⁵⁵. Драматургическая модель также предполагает участие не одинокого актора, но и не членов социальной группы. Данный тип действия описывает интеракции участников, которые ориентированы на формирование у публики определенного образа, раскрывающего субъективность⁵⁶. При этом Ю. Хабермас подчеркивает, что “каждый действующий может контролировать доступ общественности в сферу его собственных намерений, мыслей, установок, желаний, чувств и т.д., привилегированный доступ к которой имеет только он сам”⁵⁷. В драматургической деятельности ее участники пользуются этим обстоятельством и управляют своей интеракцией с помощью регулирования обоюдного доступа к собственной субъективности каждого из них⁵⁸. Коммуникативное действие направлено на достижение консенсуса в интерперсональных отношениях, ключевым же понятием здесь выступает интерпретация.

⁵¹ Богданов Д.В. Социальные функции интернета. С. 115–119.

⁵² Хабермас Ю. Теория коммуникативной деятельности. Т. 1. Рациональность действия и социальная рационализация; Т. 2. К критике функционалистского разума. М., 2022.

⁵³ Там же. С. 107–108.

⁵⁴ Там же.

⁵⁵ Там же.

⁵⁶ Там же.

⁵⁷ Там же.

⁵⁸ Там же. С. 108.

В этой связи немецкий социолог особую роль в осуществлении данной модели отводит языку и формируемому посредством его дискурсу⁵⁹. Он пишет: "...понятие коммуникативной деятельности предполагает язык как коммуникативную среду процессов достижения взаимопонимания такого рода, в ходе которых участники, относясь к некоему миру, выдвигают взаимные притязания, которые могут быть приняты и оспорены"⁶⁰.

Анализируя особенности коммуникативной деятельности, автор выдвигает три значимых принципа для ее осуществления: это принятие истинности высказываемого, соответствие речевого действия нормативному контексту, правдивость изъяснения субъективных переживаний⁶¹. Также важным для понимания выступает тезис о том, что акторы интерпретируют высказывания на основе своих представлений об истинности и исходя из того запаса знаний, которым они обладают по артикулируемой тематике.

Таким образом, коммуникативное действие представляет собой особое социальное действие, направленное на интерпретацию смыслов и их структурирование на основе имеющегося субъективного опыта и интериоризованных норм. Вследствие этих особенностей, как отмечают отечественные исследователи Ю.А. Кимелев и Н.Л. Полякова, среду коммуникативного действия составляет "коммуникативная обыденная практика, основывающаяся на имплицитном знании... жизненный мир образует среду коммуникативного действия"⁶².

Если использовать данный подход, то блогинг также может быть рассмотрен как коммуникативная деятельность. Во-первых, основой блога выступает текст, независимо от различных форматов его подачи (письменный, видео, аудиозаписи). Следовательно, ключевым инструментом его создания является язык. Авторский текст выступает своеобразным стимулом, порождающим реакции читателей⁶³. При этом он выполняет две функции: с одной стороны, информативную, так как содержит определенные сведения, с дру-

⁵⁹ Хабермас Ю. Теория коммуникативной деятельности. С. 109.

⁶⁰ Там же. С. 123.

⁶¹ Там же. С. 124.

⁶² Кимелев Ю.А., Полякова Н.Л. Концепция общества Юргена Хабермаса // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. Социология: Реферативный журнал. 1997. № 2. С. 14.

⁶³ Полякова С.В. Особенности блогowego дискурса // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Филология, педагогика, психология. 2010. № 2. С. 41–45. С. 45; Шляховой Д.А. Категория диалогичности в микроблоге (на материале немецкой военной блогосферы) // Известия ВГПУ. 2019. № 3 (136). С. 215–216.

гой — рефлексивную, так как побуждает пользователей к ответным комментариям. Транслируя определенный контент, блогер выделяет в нем те аспекты, которые, по его мнению, выступают как значимые, проблемные не только для него самого, но и для других, формируя посредством языковых средств (например, метафоры, эмотиконы, разговорная лексика, экспрессивные выражения, эмотивные слова, фразеологизмы и т.п.) специфичный дискурс по артикулируемым темам. Так, исследования высказываний о репрезентации телесности в постах показывают, что пользователи, выступающие за бодипозитивистский подход, используют выражения, в которых делается акцент на ценности равенства, свободы, самоактуализации через творчество и внутреннее совершенство, а не посредством внешней формы (например, “быть собой”, “прими себя таким, какой ты есть”, “мое тело — мое дело”)⁶⁴, тем самым формируя положительное отношение к отличиям от принятых телесных стандартов и конструируя свой дискурс и иные социальные представления о нормативной телесности.

Таким образом, блогинг как коммуникативная деятельность участвует в создании и артикуляции социального знания, которое может как ломать стереотипы, так и способствовать их закреплению в общественном сознании⁶⁵.

Также в аспекте традиционного типа блогинга — повествование о событиях своей жизни или новостных сюжетов — блог можно интерпретировать как жизненный мир. Более того, в современном медиапространстве, учитывая популярность данного формата коммуникации, блогинг трансформируется уже в определенный образ жизни, что позволяет рассматривать блоги как часть культуры нынешнего общества⁶⁶.

Таким образом, теоретический анализ блога как социального феномена позволяет выделить следующие его характеристики: блог выступает как особое социальное пространство, в рамках которого участники осуществляют социально-коммуникативную деятельность — блогинг, направленную на удовлетворение их социальных потребностей, осуществляемую с помощью языка посредством интерпретаций передаваемых смыслов, конструирования их и обмена

⁶⁴ Жукова А.Г., Ситенко В.В. Бодипозитивистский дискурс в российском медиапространстве: аксиологический аспект // Современная российская аксиосфера: семантика и прагматика идентичности. 2020. С. 205–206.

⁶⁵ Gillmor D. We the media: Grassroots journalism by the people, for the people. N.Y., 2006. P. 235–236.

⁶⁶ См.: Хитров А. Блог как феномен культуры // Журнал социологии и социальной антропологии. 2007. Т. 10. № 5. С. 66–76.

ценностями, порождая свой дискурс и социальное знание по артикулируемым темам, тем самым способствуя формированию новой социальной реальности — блогосферы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Абрамов Р.Н. Методологические и содержательные аспекты социальных исследований блогов: аналитический обзор // Социология: 4М. 2012. № 35. С. 90–118.

Асмолов А.Г., Асмолов Г.А. От Мы-медиа к Я-медиа: трансформации идентичности в виртуальном мире // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2010. № 1. С. 3–21.

Богданов Д.В. Социальные функции интернета // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2011. № 1 (21). С. 114–120.

Богомяжкова Е.С. “Доверяй, но проверяй”: практики заботы о здоровье в условиях цифровизации здравоохранения // Журнал исследований социальной политики. 2022. Т. 20. № 2. С. 263–278. DOI: 10.17323/727-0634-2022-20-263-278.

Бузин В.Н. Социальное пространство в социологическом дискурсе // Среднерусский вестник общественных наук. 2010. № 4. С. 23–34.

Варнавская Е.В. Сетевой медицинский дискурс в блогосфере: социолект и специфика онлайн-общения // Концепт. 2019. № 5. DOI:10.24411/2304-120X-2019-15017.

Груздева М.А. Инструменты формирования самосохранительных практик населения: социальные сети и блогосфера // Социальное пространство. 2017. № 4 (11). С. 1–11.

Дудина В.И., Сайфулина В.О. “Почитала, еще меньше вакцинироваться захотелось”: онлайн-дискурс вакцинной нерешительности // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2023. № 1. С. 279–298. DOI: 10.14515/monitoring.2023.1.2344.

Жукова А.Г., Ситенко В.В. Бодипозитивистский дискурс в российском медиaprостранстве: аксиологический аспект // Современная российская аксиосфера: семантика и прагматика идентичности. 2020. № 3. С. 203–211.

Захаркин Р.А., Аргылов Н.А. Инфлюенсеры как медиазначимые другие: современные тренды вторичной социализации // Власть. 2021. № 6. С. 27–37. DOI: 10.31171/vlast.v29i6.8674.

Карякина К.А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента // Медиаскоп. 2010. № 1. С. 6–9.

Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000.

Кимелев Ю.А., Полякова Н.Л. Концепция общества Юргена Хабермаса // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. Социология: Реферативный журнал. 1997. № 2. С. 1–24.

Клинкова Д.А. Дискурс блогера: социально-коммуникативный аспект // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Философия. 2021. № 1. С. 78–84. DOI: 10.26456/vtphilos/2021.1.078.

Кульпин С.В., Савчук Г.А., Якимова О.А. Зачем молодежь создает контент о здоровом образе жизни: факторный анализ тематических блогов // Монито-

ринг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 2. С. 168–190. DOI: 10.14515/monitoring.2020.2.656.

Лаурелль К. Когда блогеры становятся дизайнерами: как меняются профессии в системе моды // Теория моды: одежда, тело, культура. 2020. № 56. С. 223–243.

Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2005.

Минина В.Н., Василькова В.В. От социального пространства к пространству онлайн социальных сетей: исследовательские подходы и вызовы // Социальное пространство. 2019. № 5. С. 1–15. DOI: 10.15838/sa.2019.5.22.10.

Назимко А.Е. Web 2.0: между массовой и элитарной культурой // Медиа-философия. 2009. Т. 2. № 2. С. 80–86.

Носовец С.Г. Новые медиа: к определению понятия // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 39–47.

Образцова А.Ю., Сердотецкий Ф.А. Механизмы продвижения и монетизации российских и зарубежных СМИ в социальных сетях // Меди@льманах. 2022. № 3 (110). С. 75–84. DOI: 10.30547/mediaalmanah.3.2022.7584.

Панюшева М.М. Блогосфера: традиционные СМИ vs нетрадиционные // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. № 4. С. 106–122.

Парк Р.Э. Городское сообщество как пространственная конфигурация и моральный порядок // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 11. Социология: РЖ. 2000. № 3. С. 136–150.

Парсонс Т. О структуре социального действия. М., 2000.

Педрони М. Двадцать лет модной блогосферы и инфлюенсинга: критический обзор // Теория моды: одежда, тело, культура. 2022. № 1 (63). С. 167–204.

Полякова С.В. Особенности блогowego дискурса // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Филология, педагогика, психология. 2010. № 2. С. 41–45.

Хабермас Ю. Теория коммуникативной деятельности. Т. 1. Рациональность действия и социальная рационализация; Т. 2. К критике функционалистского разума. М., 2022.

Хитров А. Блог как феномен культуры // Журнал социологии и социальной антропологии. 2007. Т. 10. № 5. С. 66–76.

Шарков Ф.И. Социальные сети как основа формирования пространства публичных коммуникаций // Коммуникология. 2019. Т. 7. № 4. С. 32–40. DOI: 10.21453/2311-3065-2019-7-4-32-40.

Шляховой Д.А. Категория диалогичности в микроблоге (на материале немецкой военной блогосферы) // Известия ВГПУ. 2019. № 3 (136). С. 211–217.

REFERENCES

Abramov R.N. Metodologicheskie i sodержatel'nye aspekty social'nyh issledovanij blogov: analiticheskij obzor [Methodological and content aspects of social blogging research: an analytical review] // Sociologija: 4M. 2012. N 35. S. 90–118 (in Russian).

After 10 years of blogs, the future's brighter than ever. URL: <https://www.wired.com/2007/12/after-10-years-of-blogs-the-futures-brighter-than-ever/>

Asmolv A.G., Asmolv G.A. Ot My-media k Ja-media: transformacii identichnosti v virtual'nom mire [From We-Media to I-Media: Transformations

of Identity in the Virtual World] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 14. Psihologija. 2010. N 1. S. 3–21 (in Russian).

Banerjee D., Meena K.S. COVID-19 as an “infodemic” in public health: critical role of the social media // *Frontiers in Public Health*. 2021. Vol. 9. P. 610–623.

Bogdanov D.V. Social'nye funkcii internet [Social functions of the Internet] // Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo. Serija: Social'nye nauki. 2011. N 1 (21). S. 114–120 (in Russian).

Bogomjagkova E.S. “Doverjaj, no proverjaj”: praktiki zaboty o zdorov'e v uslovijah cifrovizacii zdravooohranenija [“Trust but verify”: practices of health care in the context of digitalization of healthcare] // *Zhurnal issledovanij social'noj politiki*. 2022. T. 20. N 2. S. 263–278. DOI: 10.17323/727-0634-2022-20-2-263-278 (in Russian).

Buzin V.N. Social'noe prostranstvo v sociologicheskom diskurse [Social space in sociological discourse] // *Srednerusskij vestnik obshhestvennyh nauk*. 2010. N 4. S. 23–34 (in Russian).

Castells M. Informacionnaja jepoha: jekonomika, obshhestvo i kul'tura. [The Information Age: Economy, Society and Culture]. M., 2000 (in Russian).

Dudina V.I., Sajfulina V.O. “Pochitala, eshhe men'she vakcinirovat'sja zahotelos”: onlajn-diskurs vakcinnoj nereshitel'nosti [“Read It, I Wanted To Get Vaccinated Even Less”: An Online Discourse Of Vaccine Hesitancy] // *Monitoring obshhestvennogo mnenija: jekonomicheskie i social'nye peremeny*. 2023. N 1. S. 279–298. DOI: 10.14515/monitoring.2023.1.2344 (in Russian).

Flew T. New media: an introduction. Oxford, 2008.

Gillmor D. We the media: Grassroots journalism by the people, for the people. N.Y., 2006.

Gruzdeva M.A. Instrumenty formirovanija samosohranitel'nyh praktik naselenija: social'nye seti i blogosfera [Tools for the formation of self-preservation practices of the population: social networks and the blogosphere] // *Social'noe prostranstvo*. N 4 (11). S. 1–11 (in Russian).

Habermas J. Teorija kommunikativnoj dejatel'nosti. T. 1. Racional'nosť dejstvija i social'naja racionalizacija; T. 2. K kritike funkcionalistskogo razuma. [Theory of communicative activity. Vol. 1. Rationality of action and social rationalization; Vol. 2. On the Critique of the Functionalist Mind]. M., 2022 (in Russian).

Halavais A. The blogosphere and its problems: Web 2.0 undermining civic Webspaces // *First Monday*. 2016. N 21 (6).

Hitrov A. Blog kak fenomen kul'tury [Blog as a Phenomenon of Culture] // *Zhurnal sociologii i social'noj antropologii*. 2007. T. 10. N 5. S. 66–76 (in Russian).

Jones R.K., Biddlecom A.E. Is the internet filling the sexual health information gap for teens? An exploratory study // *Journal of Health Communication*. 2011. T. 16. N 2. P. 112–123.

Karjakina K.A. Aktual'nye formy i modeli novyh media: ot ponimaniya auditorii k sozdaniju kontenta [Actual forms and models of new media: from audience understanding to content creation] // *Mediaskop*. 2010. N 1. S. 6–9 (in Russian).

Kimelev Ju.A., Poljakova N.L. Koncepcija obshhestva Jurgena Habermasa [The concept of society by Jurgen Habermas] // *Social'nye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaja i zarubezhnaja literatura*. Ser. 11, Sociologija: Referativnyj zhurnal. 1997. N 2. S. 1–24 (in Russian).

Klinkova D.A. Diskurs blogera: social'no-kommunikativnyj aspekt [Blogger's discourse: social and communicative aspect] // *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo*

universiteta. Serija: Filosofija. 2021. N 1. S. 78–84. DOI: 10.26456/vtphilos/2021.1.078 (in Russian).

Kul'pin S.V., Savchuk G.A., Jakimova O.A. Zachem molodezh' sozdaet kontent o zdorovom obraze zhizni: faktornyj analiz tematicheskikh blogov [Why young people create content about a healthy lifestyle: a factor analysis of thematic blogs] // Monitoring obshhestvennogo mnenija: jekonomicheskie i social'nye peremeny. 2020. N 2. S. 168–190. DOI: 10.14515/monitoring.2020.2.656 (in Russian).

Lankshear C., Knobel M. Blogging as participation: the active sociality of a new literacy. N.Y., 2006.

Laurell' K. Kodga blogery stanovjatsja dizajnerami: kak menjajutsja professii v sisteme mody [When bloggers become designers: how professions change in the fashion system] // Teorija mody: odezhda, telo, kul'tura. 2020. N 56. S. 223–243 (in Russian).

Luhmann N. Real'nost' massmedia [Mass media reality]. M., 2005 (in Russian).

Marshall Ph.D. New media cultures. L., 2004.

Meinel C. et al. Blogosphere and its exploration. N.Y., 2015.

Minina V.N., Vasil'kova V.V. Ot social'nogo prostranstva k prostranstvu onlajn social'nyh setej: issledovatel'skie podhody i vyzovy [From Social Space to Online Social Media Space: Research Approaches and Challenges] // Social'noe prostranstvo. 2019. N 5. S. 1–15. DOI: 10.15838/sa.2019.5.22.10 (in Russian).

Nardi B.A. et al. Why we blog // Communications of the ACM. 2004. Vol. 47. N 12. P. 41–46.

Nazimko A.E. Web 2.0: mezhdru massovoj i jelitarnoj kul'turoj [Web 2.0: between mass and elite culture] // Mediafilosofija. 2009. T. 2. N 2. S. 80–86 (in Russian).

Nosovec S.G. Novye media: k opredeleniju ponjatija [New media: to the definition of the concept] // Kommunikativnye issledovanija. 2016. N 4 (10). S. 39–47 (in Russian).

Obrazcova A.Ju., Serdoteckij F.A. Mehanizmy prodvizhenija i monetizacii rossijskikh i zarubezhnyh SMI v social'nyh setjah [Mechanisms for the promotion and monetization of Russian and foreign media in social networks] // Medi@l'manah. 2022. N 3 (110). S. 75–84. DOI: 10.30547/mediaalmanah.3.2022.7584 (in Russian).

Panjusheva M.M. Blogosfera: tradicionnye SMI vs netradicionnye [Blogosphere: traditional vs. non-traditional media] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 10. Zhurnalistika. 2010. N 4. S. 106–122 (in Russian).

Park R.Je. Gorodskoe soobshhestvo kak prostranstvennaja konfiguracija i moral'nyj porjadok [Urban community as a spatial configuration and moral order] // Social'nye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaja i zarubezhnaja literatura. Serija 11. Sociologija: RZh. 2000. N 3. S. 136–150 (in Russian).

Parsons T. O strukture social'nogo dejstvija [The Structure of Social Action]. M., 2000 (in Russian).

Pedroni M. Dvadcat' let modnoj blogosfery i influensinga: kriticheskij obzor [Twenty years of the fashion blogosphere and influencer: a critical review] // Teorija mody: odezhda, telo, kul'tura. 2022. N 1(63). S. 167–204 (in Russian).

Poljakova S.V. Osobennosti blogovogo diskursa [Peculiarities of the blog discourse] // Vestnik Baltijskogo federal'nogo universiteta im. I. Kanta. Serija: Filologija, pedagogika, psihologija. 2010. N 2. S. 41–45 (in Russian).

Rettberg J.W. Blogging. Cambridge, 2014.

Sharkov F.I. Social'nye seti kak osnova formirovanija prostranstva publicnyh kommunikacij [Social Networks as the Basis for the Formation of Public

Communication Space] // *Kommunikologija*. 2019. T. 7. N 4. S. 32–40. DOI: 10.21453/2311-3065-2019-7-4-32-40 (in Russian).

Shljahovoj D.A. Kategorija dialogichnosti v mikrobloge (na materiale nemeckoj voennoj blogosfery) [The category of dialogue in the microblog (on the material of the German military blogosphere)] // *Izvestija VGPU*. 2019. N 3 (136). S. 211–217 (in Russian).

Varnavskaja E.V. Setevoy medicinskij diskurs v blogosfere: sociolekt i specifika onlajn-obshhenija [Network medical discourse in the blogosphere: sociolect and specifics of online communication] // *Koncept*. 2019. N 5. DOI:10.24411/2304-120X-2019-15017 (in Russian).

Waszak P.M., Kasprzycka-Waszak W., Kubanek A. The spread of medical fake news in social media—the pilot quantitative study // *Health Policy and Technology*. 2018. Vol. 7. N 2. P. 115–118.

Zaharkin R.A., Argylov N.A. Infljuensery kak mediaznachimye drugie: sovremennye trendy vtorichnoj socializacii [Influencers as media significant others: current trends in secondary socialization] // *Vlast'*. 2021. N 6. S. 27–37. DOI: 10.31171/vlast.v29i6.8674 (in Russian).

Zanatta E.T. et al. Fake news: the impact of the internet on population health // *Revista da Associação Médica Brasileira*. 2021. Vol. 67. P. 926–930.

Zhukova A.G., Sitenko V.V. Bodipozitivistskij diskurs v Rossijskom mediaprostranstve: aksiologičeskij aspekt [Body-positivist discourse in the Russian media space: an axiological aspect] // *Sovremennaja rossijskaja aksiosfera: semantika i pragmatika identičnosti*. 2020. S. 203–211 (in Russian).