

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКОВОГО ОФОРМЛЕНИЯ АНГЛОЯЗЫЧНОГО КОРПОРАТИВНОГО БЛОГА

Елена ЖИГАЛИНА (Харьков, Украина)

У статті розглянуто англомовні корпоративні блоги, їх різновиди та місце у сучасній корпоративній комунікації. Аналіз стилістичних особливостей мовного оформлення постів та коментаріїв у блогах дозволив автору прийти до висновку, що мова постів тяжіє до писемного типу мовлення, в той час, як мова коментаріїв – до усно-писемного.

English-speaking blogs, their types and place in the modern corporate communication are considered in the article. Analyzing the stylistic peculiarities of lingual execution of posts and comments the author came to the conclusion that the language of posts inclines to the written type of speech while the language of comments – to oral-written.

Актуальность. Наше общество переживает информационный бум. Бурное развитие техники и технологии влечет за собой изменение как жизни самого общества в целом, так и его коммуникаций в частности. Возникновение Интернета и информационных технологий по праву считаются одними из наиболее революционных событий прошлого столетия, наиболее повлиявших на коммуникативное взаимодействие между людьми и общие закономерности коммуникации.

Некоторые ученые даже считают, что по глубине воздействия на нашу цивилизацию изобретение Интернета и появление особой виртуальной среды может быть сопоставлено с возникновением письменности или изобретением печатного станка И. Гутенбергом [6: 196].

Сегодня в эпоху глобальных коммуникаций Интернет-общение становится, наверное, самым популярным. Оно аккумулирует в себя громадное разнообразие речевых практик, способов и форматов коммуникации. И постепенно это общение становится *Signum Temporis* (знаменем нашего времени) [1: 181].

Общение в Интернете происходит с помощью коммуникативных сервисов, которые существуют и были специально разработаны для сети. Наиболее распространенными коммуникативными сервисами являются:

- электронная почта (e-mail);
- новостные группы (Usenet, Fidonet);
- форумы;
- чаты;
- доски объявлений;
- системы непосредственного обмена сообщениями (ICQ, QIP, Yahoo Messenger, MSN Messenger).

По нашему мнению, с появлением широкополосного Интернета и web 2.0 данная классификация должна быть дополнена блогами, явлением для сети достаточно новым, однако чрезвычайно популярным.

В связи со всем этим Интернет-дискурс, его формы и жанры не могли не привлечь внимание ученых-лингвистов. На сегодняшний день появилось большое количество лингвистических исследований, посвященных разнообразным аспектам Интернет-коммуникации.

Под Интернет коммуникацией мы понимаем вербальное и невербальное взаимодействие коммуникантов в сети Интернет – всемирной компьютерной сети, объединяющей многие локальные сети и образованной сотнями тысяч компьютеров, с целью обмена разного рода информацией.

Уже достаточно изучены лингвистические особенности общения в рамках коммуникативных сервисов чатов и форумов, с помощью электронной почты и т.д. [7, 12, 14]. Однако на сегодня одними из наиболее популярных и, к сожалению, наименее изученными являются блоги, или как их еще называю веблоги.

Блог представляет собой частично модифицированную веб-страницу, в которой датированные записи вводятся в обратном хронологическом порядке, содержащую кроме записей видео, рисунки, фото, ссылки на другие сайты, а также позволяющую читателям оставлять свои комментарии к заметкам автора или авторов.

Блоги чрезвычайно популярны за рубежом. Согласно статистике только в США в 2007 году насчитывалось 12 миллионов блогов, а количество постоянных читателей блогов 308

достигло 57 миллионов [10]. Блоги становятся популярными и в России. По данным Поиска по блогам Яндекса на апрель 2008, существует около 3,8 миллиона блогов на русском языке.

Анализ теоретического материала показал, что исследования блогов более интенсивно ведутся в зарубежной лингвистике. Проводилось изучение не только структурных характеристик блога, но и организации самой блогосферы, ее коммуникативной связанности, распространения языков в мировой блогосфере и т.д. [9, 11]. Также была предпринята попытка установить связь между полом и возрастом блоггеров и языковым оформлением самих блогов [13].

В отечественной лингвистике блоги только начинают привлекать внимание исследователей. Необходимо отметить, что появились отдельные работы, посвященные гендерным особенностям языка блогов [3], дискурсивным особенностям языка Интернет-дневников [4].

В данной статье нас, в первую очередь, заинтересовали корпоративные блоги вследствие того, что они последнее время достаточно сильно распространены в бизнес-среде в качестве маркетингового и PR инструмента. Существует две основные разновидности корпоративных блогов: внутренние и внешние. К внутренним блогам имеют доступ исключительно сотрудники и доверенные лица компании, благодаря им руководство компании имеет прекрасную возможность получать информацию извне, например, мнения сотрудников о событиях, происходящих в самой компании, а также управлять внутриорганизационными коммуникациями. Внешние корпоративные блоги направлены на общественность и используются, в основном с маркетинговой или PR целью, продвигая имя или бренд компании в обществе. Внутренние и внешние блоги вместе позволяют организациям создавать благоприятное бизнес-окружение.

Сегодня каждый глобальный бизнес имеет свой корпоративный блог. Среди крупных международных компаний, пользующихся коммуникативным сервисом блогов можно назвать такие компании, как Кока-Кола, МакДональдс, сеть отелей Мариотт, Боинг, Нюкиа и т.д.

Корпоративный блог – это блог, ведущийся сотрудником или сотрудниками компании и имеющий своей целью информирование общественности о товарах и услугах, предоставляемых компанией, получение обратной связи от потребителей, исследование общественного мнения и т.д.

Целью данной статьи является лингвистический анализ стилистических особенностей языкового оформления англоязычных корпоративных блогов, а также попытка определения принадлежности языка постов и комментариев к устному или письменному типу речи.

Объектом нашего анализа выступают лексико-стилистические средства постов и комментариев англоязычных корпоративных блогов.

Нами было проведено пилотажное исследование стилистических особенностей языка блогов. На основании спонтанной выборки было отобрано 20 англоязычных корпоративных блогов. Здесь необходимо отметить, что спонтанная выборка – это тип выборки, при которой материал для анализа или респонденты отбираются случайным образом.

Структурной особенностью блога в общем, и корпоративного в частности является особое построение информации. Фактически вся информация в блоге представлена в виде постов (заметок/коротких статей автора или авторов) и комментариев к ним, которые оставляют читатели блога.

Анализ теоретических источников, а также собственные исследования автора показывают, что отличительной особенностью языка блога, включая его корпоративную разновидность, является двойственность стиля, заключающаяся в определенных различиях между языком самих постов и языком комментариев к ним. Если авторы постов тяготеют к более литературному и «правильному» стилю, то те, кто оставляют свои комментарии, предпочитают пользоваться более простым, разговорным.

Можно провести определенную параллель между языком постов/комментариев и устным/письменным типами речи. По нашему мнению, язык комментариев тяготеет к устному (разговорному) типу речи, в то время как язык постов наоборот – к письменному.

По нашему мнению, одним из ярчайших представителей классической стилистической мысли является Гальперин И.Р. В своей книге «Очерки по стилистике английского языка» ученый достаточно основательно останавливается на проблеме стилистических особенностей письменного и устного типов речи. Именно поэтому в своем исследовании мы в первую очередь опирались на его классификацию.

Гальперин И.Р. выделяет следующие лексические и синтаксические особенности устного (разговорного) типа речи:

- наличие эллиптических оборотов;
- употребление вопроса в синтаксической форме утвердительного предложения;
- наличие сокращений;
- усилительные слова и обороты;
- незаконченность высказывания;
- отсутствие союзной связи;
- разговорно-эмоциональная лексика и фразеология. [2].

Тщательный анализ языкового оформления комментариев корпоративных блогов доказывает частотное употребление всех вышеуказанных особенностей устного типа речи, например:

- эллиптические обороты:

Interesting idea!

- сокращения:

reps, ps, pls, asap.

- усилительные слова:

*...the more **that** we can hide behind the convenience of mouse clicks, the more on other hand...*

- незаконченность высказывания:

Keep it up – we really need to stop rainforest destruction...

- отсутствие союзной связи:

...I see the equipment I want...

- разговорно-эмоциональная лексика и фразеология.

Hi! That's cool! ... you've got to be kidding me?

Определяющим фактором для письменного типа речи является то, что процесс формирования мысли протекает в условиях, в которых возможно мысль отчеканить, обработать, придать ей нужную форму, законченность, силу, убедительность, выразительность и прочее. Естественно, что эти условия, в известной степени, предопределяют следующие характерные особенности письменного типа речи:

- наличие большого количества определений, определительных оборотов, определительных придаточных предложений и обстоятельственных слов;
- употребление причастных, герундиальных и инфинитивных оборотов;
- частотное употребление соединительных слов и оборотов;
- наличие инверсий и параллельных конструкций.

Анализ языкового материала постов подтверждает гипотезу о том, что стилистические особенности языкового оформления постов прямым образом коррелируют с особенностями письменного типа речи. Например,

- наличие определительных оборотов:

The meeting, hosted by McDonalds Switzerland and our European Environmental team, provided an opportunity...

- инфинитивные обороты:

Everybody knows this laptop to be extremely good.

- соединительные слова:

However, he highlight of the evening was the moving acceptance speech by the overall winner...

In addition to a variety of meetings...

- параллельные конструкции:

If there is one thing I've learned, it's that there is always more you can do to make a positive impact on the world around you. And it doesn't have to be a big thing. It can involve something as simple as searching on the Internet.

Таким образом, приходим к выводу, что номинально, по формальным признакам язык постов тяготеет к письменному типу речи, а язык комментариев, наоборот, к устному.

В связи с этим считаем необходимым упомянуть о том, что некоторые российские лингвисты отмечают, что с возникновением новых коммуникационных технологий и Интернета уже можно говорить об *особой функциональной разновидности языка* – языка, обслуживающего электронные средства коммуникации, к которым, прежде всего, и относится язык Интернета и других глобальных электронных сетей, «...а также язык текстовых сообщений, передаваемых посредством других коммуникационных платформ: службы сообщения мобильных телефонов... язык сообщений по телексу, по системам межбанковских коммуникаций... и сообщений на базе некоторых других технических систем специального применения» [5: 791].

Л.Ю. Иванов в своем «Справочнике по культуре русской речи» пишет, что языковые средства этой функциональной разновидности языка характеризуются определенным набором уникальных (или практически уникальных) лексических и грамматических характеристик, которые легко выделены, формализованы и образуют единый прагматический комплекс.

Исследователи компьютерной коммуникации отмечают, что благодаря скорости SMS (и в целом беспроводных технологий) и наличию IM и ICQ проявляется тенденция того, что язык компьютерной коммуникации все более и более приобретает черты устного языка. Использование специальных графических символов – смайлов – для передачи эмоций, использование паралингвистических символов, лаконичных и выразительных сокращений (осуществление коммуникации средствами других семиотических систем) и многие другие признаки позволяют ученым говорить о существовании нового устно-письменного типа речи. Подобно устному типу речи Интернет-коммуникация регламентируется законами удобства, простоты и экономии усилий. Подобно письменному – имеет письменное начертание.

Анализируя сообщения, отправляемые посредством электронной почты, американский ученый С. Симс, например, отмечает, что в данном виде коммуникации участники могут заранее планировать и организовывать общение, что присуще письменной речи. Однако в то же время участники коммуникации обычно уделяют мало времени подготовке и последующей проверке сообщений, действуют спонтанно, что, безусловно, в большей мере присуще устной, нежели письменной речи.

Автору близка позиция, что электронная коммуникация является абсолютным новым видом коммуникации. И хотя она совмещает в себе некоторые признаки, присущие письменной и устной речи, но, в то же время, обнаруживает исключительные, специфические характеристики, присущие только ей.

Мы не ставили цель рассматривать свойства устно-письменного типа речи, а также сравнивать данный тип с существующими и прочно закрепившимися в теории языка устным и письменными типами.

Однако применительно к нашей статье, необходимо отметить, что анализ литературы, а также самих блогов, позволяет автору сделать вывод, что язык постов в блоге имеет все признаки письменного типа речи. А язык комментариев – устно-письменного.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Атабекова А. А. Лингвистический дизайн WEB-страниц (сопоставительный анализ языкового оформления англо- и русскоязычных WEB-страниц). – М.: Изд-во РУДН, 2003. – 202с.
2. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. М., 1958.
3. Горошко Е.И. Гендер и блоггика Интернета (психолингвистический анализ) // Вопросы психолингвистики. – М.: ИЯ РАН, 2007. – вып.5. – с.52-63.
4. Заборовская Светлана Витальевна. Особенности виртуального дискурса в пространстве Интернет (на примере интернет-дневников): дис... канд. филол. наук: 10.02.02 / Харьковский национальный ун-т им. В.Н.Каразина. – Х., 2006. – 217л.
5. Иванов Л. Ю. Язык в электронных средствах коммуникации // Культура русской речи. – М.: Флинта – Наука, 2003.
6. Леонтович О. А. Компьютерный дискурс: языковая личность в виртуальном мире // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. – Волгоград, 2000.
7. Corney, M. W., Analysing E-mail Text Authorship for Forensic Purposes, Master Thesis. - Queensland, 2003.
8. Herring, S. C., Kouper, I., Paolillo, J., Scheidt, L. A., Tyworth, M., Welsch, P., Wright, E. and Ning Yu. Conversations in the blogosphere: An analysis 'from the bottom up' // *Proceedings of the Thirty-Eighth Hawai'i International Conference on System Sciences*. Los Alamitos, California: IEEE Computer Society Press. – 2005.
9. Herring, S. C., Paolillo, J. C., Ramos-Vielba, I., Kouper, I., Wright, E., Stoerger, Sh., Scheidt, L. A. and Clark, B. Language Networks on LiveJournal, *Indiana University, Bloomington* // *Proceedings of the Fortieth Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-40)*. Los Alamitos: IEEE Press. – 2007.
10. <http://www.caslon.com.au/webblogprofile1.htm#many>

11. Nardi, B., Schiano, D., & Gumbrecht, M. Blogging as social activity, or, would you let 900 million people read your diary? // *Proceedings of Computer Supported Cooperative Work 2004*. // <http://home.comcast.net/%7Ediane.schiano/CSCW04.Blog.pdf> - 2004.
12. Rosetti, P. Gender Differences in E-mail Communication // *The Internet TESL Journal*. - <http://mypage.dirct.ca/p/prosett/online.html>. - 2003.
13. Trammell, K. D., Tarkowski, A., & Hofmokl, J. Rzeczpospolita blogów [Republic of Blog]: Examining the motivations of Polish bloggers through content analysis // *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(3). // <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue3/trammell.html>. - 2006.
14. Trias, J. V., Gender Differences in the Amount of Discourse on an Internet Relay Chat Channel. Summary of Paper presented at Popular Culture Association. - San Diego, CA, 1998.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Елена Жигалина – преподаватель кафедры межкультурной коммуникации и иностранного языка НТУ «ХПИ».

Научные интересы: языковые особенности электронной коммуникации.

ОСОБЛИВОСТІ ДИСКУРСУ ТА ТЕРМІНОСИСТЕМИ АНГЛОМОВНИХ ДИПЛОМАТИЧНИХ ДОКУМЕНТІВ.

Наталія КАЩИШИН (Львів, Україна)

У статті аналізуються мовні особливості дипломатичного дискурсу, робиться спроба класифікувати терміни, визначити їх місце серед інших лексичних одиниць у мовній системі дипломатії та дослідити їхні основні структурні моделі.

Language peculiarities of diplomatic discourse are analyzed, an attempt to classify terms, determine their position among other lexical units in the language system of diplomacy and the study of their main structural models are made in this article.

Англомовний дипломатичний дискурс формувався протягом століть. Його мова є цілісною єдиною системою, але, водночас, вона постійно розвивається, як розвивається і саме суспільство. Роль міжнародних документів важко переоцінити. Особливе значення має їхнє лінгвістичне тлумачення, без чого неможлива комунікація на міжнародному рівні, досягнення правильних рішень та взаєморозуміння між країнами. Це, своєю чергою, зумовлює вагомість нашого дослідження, присвяченого вивченню особливостей мови дипломатичного дискурсу.

Не викликає сумніву актуальність досліджуваної проблеми в умовах інтеграції України у світову співдружність держав, що вимагає уніфікації багатьох мовних тлумачень у відображенні дипломатичних реалій. Вивчення проблеми знайшло своє відображення у працях В.В. Калюжної, Н.К. Кравченка, О.М. Пазинич, О.І. Лукашук, З.О. Гетьман та ін. Проте все ще залишаються відкритими питання мовних особливостей дипломатичного дискурсу, типів та структури термінів мови дипломатії, які ми і ставимо за мету дослідити у цій статті.

Існують чіткі та регламентовані стандарти і вимоги щодо написання дипломатичних документів (далі - ДД), що видається логічним. І тим цікавішою є теорія про те, що кожна країна та її культура має дещо своєрідну структуру ДД. Різниця полягає, наприклад, у написанні формул звертання, адреси, заключної компліментарної формули та деяких інших стильових характеристиках мови. Так, існує французький стиль складання ДД, куди можна віднести і стиль ДД України. Існує також англо-американський стиль, що передбачає ширше використання напівофіційної і приватної кореспонденції. Англо-американський дипломатичний дискурс поєднує в собі риси епістолярного та офіційно-ділового стилю, що і зумовлює особливий відбір лексики.

Мова ДД несе відбиток офіційно-ділового стилю, якому властива чіткість, логічність, об'єктивність, стереотипність, підкреслена ввічливість, але разом з тим, англомовні ДД не позбавлені емоційності. Цікавою є загальновідома «ухильність» дипломатичних текстів, що найчастіше має мету дати неконкретну відповідь. Тому навіть категорія чіткості у ДД є спірною та наштовхує на детальніше вивчення мови дипломатії.

Ступінь офіційності залежить від змісту, призначення та характеру ДД, що пов'язано з ознаками певного жанру. Він буде відрізнятися, скажімо, у декларації, статуті чи комюніке, де мова суха й ділова, від, наприклад, мови приватного листа.

Таким чином, ДД не можна розглядати, не диференціюючи їхні жанрові особливості. Такі фактори, як тематика, мета документів, вимагають відбору мовних засобів. На думку