

Мельник М. В.
Национальный педагогический университет
имени М. П. Драгоманова

БЛОГ КАК ЖАНР ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

В статье анализируется блог как жанр виртуального общения и раскрываются особенности данного жанра в процессе виртуальной коммуникации.

Ключевые слова: Интернет-жанр, Интернет-коммуникация, Интернет-блог.

Одним из современных направлений языкознания является генология - учение о жанрах речи. Л. Ф. Компанцева выдвигает ряд причин, по которым современные лингвисты активно заинтересовались проблемой речевого жанра. “Бурное развитие Интернет-коммуникации привело к модификации ряда речевого жанра, что само по себе свидетельствует об изменении прагматических установок и целей участников этого вида коммуникации, актуализации феномена языковой личности, которая через систему речевого жанра самопрезентирует себя в виртуальном дискурсе” [6, с. 174].

У истоков жанрологии стоял М. М. Бахтин, ряд положений теории которого актуален при исследовании речевых жанров Интернета [2, с. 250-296]. Значимые для лингвистики наблюдения сделал В. В. Дементьев, проанализировав наиболее популярные концепции жанров. Явление трансформации общепринятых речевых жанров в виртуальном общении представляет огромный лингвистический материал. Данная проблема рассмотрена в работах Д. Кристала “Язык и Интернет”, П. Е. Кондрашова “Компьютерный дискурс: социолингвистический аспект”, Е. Н. Вавилова “Жанровая классификация дискурса телеконференций Фидонет”, Е. Н. Галичкиной “Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках”, Е. И. Горошко “Лингвистика Интернета: формирование дисциплинарной парадигмы”, Л. Ф. Компанцева “Интернет-коммуникация: когнитивно-прагматический и лингвокультурологический аспекты”.

Поскольку межличностная коммуникация в Интернете явление сравнительно новое, исследования, посвященные этому виду общения, весьма фрагментарны и несогласованны. Так, например, существует множество попыток классифицировать формы общения в Интернете и жанры электронной коммуникации. Каждая из этих форм имеет свои уникальные традиции общения и предъявляет особые требования к языку, на котором происходит коммуникация.

Цель данной статьи – изучить блог как жанр Интернет-коммуникации.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие *задачи*: определить базовые характеристики и жанровое разнообразие Интернет-коммуникации; рассмотреть историю блога и его определение, классификацию и структуру Интернет-блогов.

Появление Интернета во второй половине XX века как совершенно нового канала передачи информации и как средства массовой коммуникации привело к возникновению особых, свойственных только этой среде сетевых сообществ, виртуальных миров, культуры в сети, сетевого языка. Языковедов интересуют особенности функционирования сетевого языка, способы формирования сетевой идентичности и презентации виртуальной личности, условия протекания коммуникации в Интернете.

Под интернет-коммуникацией обычно понимается особая коммуникативно-информационная среда или коммуникативное пространство, опосредованное электронным коммуникативным каналом.

Интернет-коммуникация характеризуется следующими чертами:

1) полифоничность: общение объединяет в себе огромное количество различных типов дискурса.

2) гипертекстовые и интерактивные возможности Сети: они полностью меняют или крайне видоизменяют порождение и восприятие текста. Например, возможность гиперссылочного аппарата позволяет читателю не только следовать авторскому развертыванию текста, но и осуществлять собственную навигацию.

3) анонимность и дистантность. Характеристика “анонимности” дает ощущение полной свободы и раскованности, позволяет раскрыться и поделиться своими сокровенными тайнами или желаниями, спросить совета, а также обеспечивает защищенность от внешнего контроля и общепринятых норм морали [5]. Часто скрываются настоящее имя, возраст и социальный статус, инвертируется пол, истинные факты биографии подменяются или дополняются вымышленными, неадекватным образом представляются сведения об опыте, квалификации, компетентности, имеющихся знаниях, умениях, навыках и т.п., вместо реальных описываются социально одобряемые личностные качества.

Эти факторы наряду с физической непредставленностью участников общения, возможностью “присоединиться” или “отсоединиться” в любой момент от общения в Сети, отсутствие инструментов принуждения способствуют, с одной стороны, усилению девиантного коммуникативного поведения (явления спама, троллинга или флуда): снижается до минимума ответственность за свои проступки в Сети [4].

С другой стороны, эти факторы стимулируют нарушение языковой нормы в целях установления и поддержания виртуальных контактов. Реализация данной цели приводит к коммуникативному новаторству, делая это общение необычным и оригинальным. Однако часто это новаторство выражается в отклонении от графических и грамматических языковых норм.

Замещенный характер общения: минимум информации о виртуальном собеседнике инициирует особенное внимание к метатекстовой информации и ее “достраивание” до необходимых выводов.

4) эмоциональная насыщенность общения имеет компенсаторный

характер в условиях практически полного отсутствия невербальных средств для передачи эмоций и описания эмоциональных состояний. Она достигается как с помощью графических вербальных средств (использование заглавных букв, повторений пунктуационных знаков, смайлики и прочее), так и специальных программных графических средств, прошитых в оболочке программного обеспечения, например “эмотикон” (когда графическое изображение, выражающее определенную эмоцию, добавляется к любому текстовому сообщению или реплике).

5) добровольность и желательность контактов: коммуникативное пространство Интернета предоставляет уникальный полигон для построения виртуальной языковой личности (способам ее самопрезентации и творческой самореализации).

6) раскрепощенность, ненормативность и некоторая безответственность участников общения: человек в сети проявляет большую свободу высказываний вплоть до оскорблений и нецензурных выражений, что связано со снижением психологического и социального риска в процессе общения.

7) своеобразии протекания процессов межличностного восприятия в условиях отсутствия невербальной информации (особую роль начинают играть механизмы стереотипизации и установка).

8) стремление к нетипичному поведению: зачастую пользователи презентуют себя с иной стороны, чем в условиях реальной социальной нормы, проигрывают не реализуемые в действительности роли, сценарии ненормативного поведения.

Отличительным признаком Интернет-коммуникации является общение в актуальной и виртуальной средах. Все это составляет дискурсное пространство – набор коммуникативных единиц (коммуниканем), то есть законченных и незаконченных, больших и маленьких, диалогических и монологических, устных и письменных высказываний. Большей частью в Интернете процесс коммуникации поддерживается в среде только текстовым обменом. На сегодняшний день можно говорить о появлении еще одной формы речи, наряду с устной и письменной, – формы электронного письма.

В дискурсивном отношении компьютерная коммуникация включает повествование и сообщение, утверждение и рассуждение, аргументацию и доказательство, то есть всю терминологическую атрибутику научного, делового и других стилей речи [3, с. 165-175].

Коммуникативное пространство Интернета стало и своеобразной жанропорождающей средой, которая способствует как более интенсивному развитию жанроведения в целом, так и возникновению новых жанров, свойственных только этой информационной среде, и появлению теории цифрового жанроведения, в задачи которой входит описание и структурирование всего многообразия интернет-жанров и способов их классификации.

Термин “жанр” применительно к сфере Интернет-коммуникации получает различные толкования в лингвистических исследованиях, а, следовательно, под жанрами Интернет-коммуникации понимаются достаточно разнородные по своей природе и функциям явления. А. А. Селютин рассматривает жанр как форму коммуникативного выражения онлайн-личности. То есть, Интернет-жанр представляется неким единством формы и содержания, обладающим определенными специфическими чертами коммуникативного характера и служащим для реализации отдельных интенций пользователя.

Наше внимание привлекает блог как нетрадиционный, присущий лишь виртуальной реальности, жанр Интернет-коммуникации.

Термин “блог” был создан путем сокращения слова “веблог” (англ. weblog – “сетевой бортовой журнал”), что было сделано Питером Мерхольдзом, который в апреле 1999 разместил в боковой врезке своего блога Peterme.com фразу “we blog” (что можно перевести как “мы ведем блог”). Термин “веблог” был создан Йорном Баргером 17 декабря 1997 года для описания списка ссылок на его сайте RobotWisdom.com. Эти ссылки были своего рода записями в бортовом журнале (англ. log) виртуального путешественника - по аналогии с бортовыми журналами на кораблях.

В настоящее время блоги выступают в качестве инструмента, позволяющего формировать сетевые сообщества, являющиеся отдельным видом коммуникации, но, тем не менее, функционирующие по тем же принципам. Существует несколько подходов к определению жанра блогов.

Блог может рассматриваться как вторичный речевой жанр, как гипержанр или как субжанр.

В словаре Мерриам-Уэбстер и в работе С. Наусона блог определяется как веб-страница, содержащая сетевой частный дневник с размышлениями, отзывами, комментариями и различными гиперссылками, предоставляемыми автором.

Бонни А. Нарди и С. Херринг описывают блоги как часто обновляемые веб-страницы, в которых датированные записи располагаются в обратном хронологическом порядке. А. Нарди отмечает также, что основным назначением блога является предоставление пользователям инструмента для самопрезентации, поиска собеседников и единомышленников, построения сетей взаимодействия.

Наиболее полное определение блога содержит труд М. Ю. Сидоровой: “Веб-сайт (или раздел веб-сайта), содержащий датированные записи мультимедийного характера, расположенные в обратном хронологическом порядке, с возможностью оставления комментариев к записям и просмотра любой записи на отдельной веб-странице”. Помимо наиболее употребительного термина “блог”, существуют такие понятия как “интернет-дневник”, “онлайн-дневник”.

Специфический характер концепции адресата в случае с блогом состоит в том, что адресатами являются, с одной стороны, известные автору постоянные читатели (от нескольких человек до нескольких десятков тысяч), лично знакомые с ним люди, его близкие друзья, блоггеры, которых читает сам автор и с которыми он может полемизировать в своих высказываниях и т. д. С другой же стороны, автор блога отдает себе отчет в том, что его записи могут прочитать совершенно незнакомые ему люди, которые не входили изначально в круг его прямых адресатов; этот круг адресатов, таким образом, может потенциально расширяться до всех вообще пользователей Интернета, знающих язык, на котором сделана запись (хотя это ограничение отчасти снимается постоянно совершенствующимися системами автоматического перевода).

Исследователи блогов пришли к согласию о том, что содержание блога является самой важной его характеристикой. Обобщить содержание блогов сложно, потому что они разнородны, но была произведена попытка классифицировать их по содержанию. Блоги сгруппированы на категории: для взрослых, аниме, эротика, компьютер, развлечения, юмор, кино, музыка, новости, личное, фотография, для подростков и видеоигры. Другая классификация приводится Джилл Волкер. Она отмечает, что блоги могут отличаться по медийности: фотоблоги (photoblogs), видеоблоги (videoblogs) и аудиоблоги (audioblogs). Скот Хаусон различает три главных вида блогов: блог новостей (News weblog); комментарий (commentary); журнал (journal).

Блог новостей может быть общеполитическим, технологическим или национальным. Тема иногда бывает очень специфичной, например, Wi-Fi технологии или местное самоуправление. Многие блоги существуют для каталогизации новостей из различных источников на одну определенную тему. Одной из определяющих черт news-блогов является то, что они часто обновляются, даже несколько раз в день. Каждая история новостей содержит, по меньшей мере, одну ссылку на оригинальный источник, а также рекламу. Многие сайты просто выставляют ссылки на другие веб-сайты или сами истории, а некоторые включают комментарии от автора. Они могут добавлять их точку зрения на происходящее, комментировать новости.

Таким образом, создается следующий тип блога – *комментарии*, в котором авторы описывают свою работу разными способами: анализ, разглагольствование, размышление.

Блоги по типу журнал – это обычные онлайн-дневники.

Существуют блоги, не входящие ни в какую из этих категорий (синтез всех трех типов) или представляющие из себя только перечень ссылок, которые заинтересовали автора.

Характерные для различных авторов особенности коммуникативных и рефлексивных процессов, а также преобладание одного из них над другим лежат в основе классификации блогов на: открытые/закрытые журналы/дневники, т.е. содержащие преимущественно сообщения,

ориентированные на другого человека или на самого себя и описывающие события (мемуарный тип) или переживания (дневниковый тип). Такая классификация отражает преобладание коммуникативной или рефлексивной функций и особенности протекания последней. При этом сочетание журнального, событийного стиля изложения с ориентацией на себя позволяет использовать интернет-дневник как структурированный носитель информации (личной и деловой), органайзер, планинг или записную книжку.

Языковые произведения участников дневниковых сообществ можно разделить на три группы:

1) *средства докоммуникативной самопрезентации* – “визитная карточка” автора дневника, которая формируется еще до начала коммуникации, может включать: имя пользователя (ник), аватар (картинка или фотография, сопровождающая дневниковые записи и комментарии пользователя, служащая его символом), список интересов/антиинтересов, так называемый “статус” (подпись) или девиз (это слово или словосочетание, выводящееся на некоторых дневниковых сайтах под ником пользователя, когда он оставляет комментарий), дизайн дневника. Через вербальные средства самопрезентации – выбор имени, названия дневника и статуса – проявляет себя номинативная способность автора и реализуется намеченная им линия речевого поведения, а также основные черты виртуального образа, который мы ожидаем увидеть в текстах дневника. Следует отметить также возможность применения авторами блога неязыковых средств коммуникации, облегчающих взаимодействие:

– использование аудио-визуальных ресурсов интернета (картинок фотографий, аудио-файлов и т.п.);

– ссылок на интернет-ресурсы или другие онлайн-дневники;

– символических заменителей – индикаторов эмоционального состояния/отношения (“смайлики”, указание на “текущее настроение” и соответствующую состоянию “текущую музыку”);

– выбор стиля аудио-визуальной презентации собственного сообщения (цвет, шрифт, размер, фон, звуковое сопровождение, выбор картинки, представляющей автора, – юзерпика (user picture)) и др. [1].

2) *дневниковые записи*. В блогах записи состоят из заголовка (он может быть оставлен пустым), даты, тела записи (то есть ее основного содержания), меток записи (поле может не заполняться пользователем), указания на количество комментариев, ссылки на добавление комментария (комментарии к записи могут быть запрещены пользователем) и постоянной ссылки на запись, по которой она открывается на отдельной веб-странице (в качестве постоянной ссылки также может функционировать заголовок и/или указание на количество комментариев). Кроме того, в некоторых блог-платформах существуют дополнительные поля, такие как “музыка”, “настроение”, “местонахождение” и др.

Имеются дневники, в которых текстовая часть минимальна, а основное содержание составляют фотографии и картинки, а также дневники-цитатники, состоящие из текстов других авторов, перенесенных хозяином дневника к себе.

На различных блог-платформах существуют официальные правила. В рамках своего блога каждый автор может устанавливать собственные коммуникативные и языковые нормы и запрещать комментарии от нарушителей этих норм.

3) *диалогическая (полилогическая) часть ИД-текстов* - комментарии читателей к записям и ответы авторов. Скорость ответной реакции адресата появляется с момента публикации записи и продолжает активно поступать на протяжении нескольких дней или месяцев. Комментарии состоят из имени пользователя, картинки пользователя, времени отправки комментария, факультативного поля “заголовок” и тела комментария.

В зависимости от блог-платформы, комментарии могут располагаться один за другим (напоминая структуру форумов) либо же иметь древовидную структуру с “ветвями дискуссий” (то есть комментарии могут не относиться напрямую к блог-записи, а быть ответами на другие комментарии). В этом случае обычно в комментарии также содержится постоянная ссылка на него. Наличие древовидной структуры стимулирует полемику между пользователями. Что касается личных сообщений, то некоторые блог-платформы дают пользователям возможность отправки друг другу личных сообщений в дополнение к записям и комментариям. Записи и комментарии как правило общедоступны для всех пользователей Интернета, однако практически на всех блог-платформах пользователь может ограничить доступ к записям (а соответственно и комментариям к ним), предоставив его лишь определенному кругу лиц. Кроме того, пользователь может “скрывать” комментарии к записям, делая их доступным только ему и автору комментария.

В большинстве блог-платформ пользователям предоставляется возможность фильтрации комментариев: они могут запретить в своем блоге комментарии от конкретных пользователей либо же запретить все вообще комментарии к конкретной записи или всем своим записям.

Таким образом, блог – это новое явление, активно функционирующее в Интернет-пространстве. Рассмотрев подходы к определению данного понятия, можно сделать вывод, что блог – это веб-сайт, содержащий датированные записи мультимедийного характера, расположенные в обратном хронологическом порядке, с возможностью комментирования записей и просмотра любой записи на отдельной веб-странице.

Л и т е р а т у р а :

1. Андрианова Н. С. Жанры Интернет-коммуникации: о некоторых подходах: www.nbu.gov.ua/portal/natural/vdpu/Movozn/2008_14/article/3.pdf

2. *Бахтин М. М.* Проблема речевих жанрів / М. М. Бахтин. Естетика словесного творчествa. – М. : Искусство, 1986. – С. 250-296.
3. *Горошко Е. И.* Интернет-коммуникация: проблема жанра / Е. И. Горошко // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. – Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 4. – 2006. – С. 165-175.
4. *Жичкина А. Е.* Социально-психологические аспекты общения в Интернете [Электронный ресурс]. – 1999: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/refinf>
5. *Иванов Л. Ю.* Язык Интернета: заметки лингвиста [Электронный ресурс] / Л. Ю. Иванов // Словарь и культура устной речи. – М. : Азбуковник, 2000. – С. 131-147. – Режим доступа : www.ivanoff.ru/rus/ozhweb.htm
6. *Компанцева Л. Ф.* Интернет-коммуникация: когнитивно-прагматический и лингвокультурологический аспекты / Л. Ф. Компанцева. – Луганск : Знание, 2007. – 444 с.

Мельник М. В. *Блог як жанр інтернет-комунікації.*

В статті аналізується блог як жанр віртуального спілкування та розкриваються особливості цього жанру в процесі віртуальної комунікації.

Ключові слова: *Інтернет-жанр, Інтернет-комунікація, Інтернет-блог.*

Melnyk M. V. *Blog as genre of Internet communication.*

The author of the article analyses blog as genre of virtual dialog and discloses the peculiarities of the genre in the process of virtual communication.

Keywords: *Internet genre, Internet communication, Internet blog.*

Осіпчук Г. В.

**Уманський державний педагогічний
університет імені Павла Тичини**

КОРЕФЕРЕНТИ ЯК ВИРАЗНИКИ ІДІОСТИЛЮ ПИСЬМЕННИКА

Статтю присвячено аналізу кореферентності як одного із чинників дослідження ідіостилю письменника. Проаналізовано семантику найчастіше вживаних кореферентів у художніх творах, вивчено їх змістове, емоційне та стилістичне навантаження. Звернена увага на функцію ідентифікації персонажів у літературному творі, яку здійснюють кореференти.

Ключові слова: *кореферент, вторинна номінація, кореферентний ряд, семантика, ідіостиль письменника.*

На сучасному етапі еволюції науки дослідження набувають антропоцентричності – вивчення мовних явищ у тісному нерозривному взаємозв'язку з людьми і когнітивними процесами. З антропологічним підходом пов'язане і формування новітніх термінологічних понять – ідіостиль, мовна картина світу, ідіолект, індивідуальний стиль, які відображають у мові бачення світу тією чи іншою особистістю.

Дослідження кореферентності у когнітивному плані, як відображення мислинневої діяльності письменника, є сьогодні одним із важливих завдань