

УДК 81

ЖАНРОВОЕ РАЗНООБРАЗИЕ СЕТЕВЫХ ТЕКСТОВ

© А. Н. Тарасова

*Елабужский институт Казанского федерального университета
Россия, Республика Татарстан, 423600 г. Елабуга, ул. Казанская, 89.*

Тел.: +7 (906) 118 14 98.

Email: tarasova.aiza@yandex.ru

Данная статья посвящена комплексному исследованию жанровых характеристик сетевого текста. Показано, что значительные изменения в информационном и коммуникативном пространствах стали причиной для образования новых, сетевых жанров, функционирующих в Глобальной сети Интернет. На основе определенных критериев автор выделяет следующие жанры сетевых текстов: веб-сайт; электронные книги, газеты и журналы; электронные письма; блоги; форумы; чаты; мгновенные сообщения; тексты социальных сетей. Каждый из представленных жанров обладает как общими характерологическими признаками (гипертекстуальность, креолизованность, мультимедийность), так и отличительными (наличие/отсутствие бумажного эквивалента, характер направленности на адресата, регламентированность, наличие языковых особенностей).

Ключевые слова: жанр, Интернет, сетевой текст, гипертекстуальность, креолизованность, мультимедийность.

С возникновением и развитием виртуальной коммуникации вопрос жанрообразования стал весьма актуальным: Интернет-среда обусловила появление абсолютно новых, сетевых жанров, обладающих признаками, характерными лишь для данного вида общения. В Сети, являющейся наиболее динамично развивающейся сферой коммуникации, отмечается гораздо большее разнообразие жанров, нежели в реальном общении. В широком смысле под жанром понимается принцип классификации текстов, основывающийся на их определенных характерологических особенностях. Согласно онлайн версии *Encyclopedia Britannica* жанр определяется как «особый вид или категория художественной композиции» (Перевод наш.) [1]. Наиболее полным, на наш взгляд, является определение, данное М. М. Бахтиным: «Жанр – это устойчивый тип текста, объединенный единой коммуникативной функцией, а также сходными композиционными и стилистическими признаками» [2, с. 255].

В то время как жанры печатных текстов склонны к устойчивости и контролю со стороны издателей и редакторов, сетевые жанры отличаются некой непредсказуемостью. Авторы статьи «*Riding the Rough Waves of Genre on the Web*» М. Сантини, А. Мелер и С. Шароф определяют жанры как «исторические явления, которые с течением времени развиваются, выходят из моды, выпадают из употребления» [3, с. 10–11]. На наш взгляд, это определение весьма справедливо именно для жанров сетевых текстов: они являют собой исторические объекты с ограниченным жизненным циклом, так как их функционирование напрямую связано с развитием компьютерных технологий. Иными словами, научно-технический прогресс может повлечь изменения в качестве и количестве жанров сетевых текстов.

Сетевые тексты, являясь разновидностью Интернет-коммуникации (наряду с устными формами

общения в данной среде), также могут быть подвергнуты дифференциации с точки зрения их принадлежности к различным жанрам. При классификации жанров сетевых текстов мы принимали во внимание такие критерии, как 1) гипертекстуальность, т.е. представленность текста в тематической и содержательно более широком виде благодаря гипертекстовым ссылкам на другие тексты (т.е. текст в тексте); 2) креолизованность (семиотическая осложненность текста посредством графических приемов, изображений и пр.); 3) мультимедийность; 4) наличие или отсутствие текста бумажного эквивалента; 5) характер направленности на адресата (массовая или персонализированная); 6) регламентированность (наличие тех или иных ограничений и требований к форме изложения сообщения); 7) лингвистические особенности.

Итак, проанализировав существующие в Интернет-пространстве тексты, мы посчитали возможным выделить следующих жанров сетевых текстов:

- 1) веб-сайт (информационных (новостная лента и рекламных (SEO, продающий, обзорный текст));
- 2) электронные книги, газеты и журналы;
- 3) электронные письма;
- 4) блоги;
- 5) форумы;
- 6) чаты;
- 7) мгновенные сообщения;
- 8) тексты социальных сетей.

Вкратце рассмотрим каждый жанр, опираясь на вышеперечисленные критерии.

1. Вебсайт (от. англ. website – «паутина», «сеть») – система электронных документов частного лица или организации в компьютерной сети. Все вебсайты в совокупности составляют Всемирную паутину, где коммуникация объединяет все сегменты информации в единое целое – базу данных и коммуникацию планетарного масштаба [4]. Каждый вебсайт содержит графические изображения и текстовые файлы, которые можно форматировать

разными способами (изменяя цвет и размером шрифт текста, добавляя изображения и мультимедийные элементы, создавая гипертекстовые ссылки). Сетевые тексты данного жанра также можно подразделить на информационные и рекламные. Информационные тексты, как следует из названия, предоставляют ту или иную информацию пользователям Сети, рекламные – направлены на определенную цель, сводящейся к изменению отношения или поведения потребителей, или потенциальных покупателей товаров и услуг. В целом, тексты веб-сайтов не имеют каких-либо специфических языковых характеристик или ограничений в их построении.

2. Электронные книги, газеты и журналы. С развитием новых информационных технологий появились новые возможности получения и хранения информации. Так, на смену традиционным бумажным книгам, газетам и журналам пришли электронные. “An electronic book is a book-length publication in digital form, consisting of text, images, or both, readable on computers or other electronic devices” (Электронная книга представляет собой публикацию в цифровом формате, состоящую из текста и изображений, читаемую при помощи электронных устройств. – Перевод наш.) [5]. Подобное определение можно дать электронной газете и журналу. Тексты, входящие в данный жанр, обладают характеристиками как текстов на бумажном носителе (они являются онлайн версией существующих книг, газет и журналов), так и сетевых (они гипертекстуальны; новостная хроника может храниться в архивах, тем самым пользователь имеет доступ к любому номеру периодики, также можно осуществлять поиск по ключевым словам и датам).

3. Электронные письма. Электронная почта (от англ. e-mail) предоставляет возможность передачи и получения электронных сообщений по компьютерной сети. В отличие от своего бумажного эквивалента, электронное письмо может быть отправлено не только одному человеку, а нескольким людям (причем печатать один и тот же текст необязательно, что достаточно экономит время и силы пишущего). Тексты электронных писем отличаются нерегламентированностью содержания и использованием более простых синтаксических конструкций.

4. Блоги. Одним из наиболее популярных видов Интернет-коммуникации на сегодняшний день являются блоги. В словаре *Encyclopedia Britannica* дается следующее определение термина «блог»: «онлайн-дневник, где человек, группа или сообщество людей представляют записи, описывающие их действиях, точки зрения и надежды» (Перевод наш.) [1]. Некоторые блоги могут функционировать как новостные фильтры, собирая различные ссылки на сетевые источники и добавляя к ним короткие комментарии. Другие содержат оригинальный первичный контент.

Таким образом, веб-блог – это вебсайт, содержанием которого являются посты, включающие

текст, изображение и другие мультимедийные средства. Основными конституирующими признаками блоггового текста как жанра мы относим нижеследующие:

- Гипертекстуальность. Страница сетевого блога состоит из набора постов и гиперссылок, которые содержат дополнительную информацию об авторе, источниках записи и т.д. *Longman Contemporary English Dictionary* определяет слово «пост» следующим образом: “Post, also posting is a message sent to an Internet discussion group so that all members of the group can read it” (Пост – это сообщение, посылаемое участникам сообщества. Перевод наш.) [6]. Автор может ссылаться на свой профиль, на список интересных для него сетевых дневников, а также список блоггеров, заинтересованных в записях данного автора, альбом фотографий, ссылки на различные сетевые ресурсы,

- Мультимедийность. Данный признак проявляется в сочетании вербальных средств текста с невербальными компонентами – графикой, картинками, фотографиями, видео, анимацией);

- Художественность и цитатность. При построении текста блога автор старается максимально эффектно изложить свои мысли, так как именно от содержания зависит дальнейшее состояние поста в Сети, – оно приобретет популярность, либо не получив, публичного признания, останется без внимания. Поэтому часто на страницах блогов можно встретить разного рода цитаты, афоризмы и изречения, которые придают тексту образность и эмоциональность.

5. Форумы. Форум (от англ. “forum”) – это сайт, который состоит из тематических разделов, включающих сообщения и ответы на них [7, с. 175]. Участники такого вида Интернет-коммуникации могут выражать свои суждения и эмоции в рамках определенной темы, вступать в бурные полемики, отстаивать свою точку зрения. Люди становятся участниками форумов для получения конкретной информации в какой-либо области знания или деятельности, а также с целью простого общения. Коммуникация в форуме является как персонализированной, так и массовой: сообщение может быть направлено на определенного участника общения и любого случайного пользователя Сети.

Следует отметить, что письменная речь в форуме является достаточно регламентированной: в случае нарушения правил сетевого этикета модератор в праве удалить участника из форума.

6. Чаты. Чат (от англ. *chat* – «разговор», «болтовня») – страница какого-либо сайта, на которой отображается периодически обновляющийся текст, состоящий из реплик участников, число которых участников) может достигать несколько десятков. Любой чат является разговором множества коммуникантов; разговором, у которого нет единой темы, слагаемый из множества подтем. Чат является исконно сетевым жанром, соответственно, текста-аналога на бумажном носителе не существует. Как

отмечает А. Г. Аврамова, можно выделить три основные стратегии использования языковых средств в чатах: 1) максимально свободное использование графического ресурса языка; 2) реактуализация графическими средствами вербального компонента, присущего устно-порождаемой речи; 3) компенсация отсутствующих фонетических и паралингвистических средств путем креативного использования графического кода и приспособления его к требованиям, предъявляемым устноформатирующими свойствами канала [8, с. 193]. Сетевые тексты чатов являются не регламентированными по своему содержанию.

7. Мгновенные сообщения. Общение посредством мгновенных сообщений становится наиболее популярным видом Интернет-взаимодействия в настоящее время. К текстам мгновенных сообщений можно отнести тексты, образуемые при коммуникации посредством таких программ, как Mail Agent, WhatsApp, ISQ, Viber и пр. Такое общение носит динамичный характер: ответная реплика поступает мгновенно. Этим обуславливаются и лингвистические особенности данного сетевого текста.

Во-первых, тексты мгновенных сообщений подвержены креолизации в наибольшей степени, нежели любые другие сетевые тексты. В современных смартфонах наряду с обычной клавиатурой, состоящей из латинских и кириллических графических знаков, функционирует клавиатура под названием «Эмодзи». Эмодзи (от яп. 絵 – картинка и 文字 – знак, символ) – язык идеограмм и смайликов, используемый в электронных сообщениях и веб-страницах. Этот язык, где вместо слов используются сочетания картинок, появился в Японии и распространился по всему миру. Таким образом, данные параграфемные знаки способствуют креолизации текста и в союзе с вербальными средствами способствуют более эффективному осуществлению коммуникативного процесса. Например:

Иногда я удивляюсь... Как во мне такой маленькой и милой девочке просыпается желание убивать? 🌟💣🔪

Мы ЗА 🇺🇸🇷🇺

Во-вторых, в текстах такого жанра зачастую наблюдается узусное употребление пунктуационных знаков, либо их опущение:

нееее)))))) но я была уверена, что фотка пробудит в вас желчь))))))

Хаха Таня тебе новое погоняло Джеки чан.

Ввиду того, что общение посредством мгновенных сообщений характеризуется синхронностью и динамичностью и напоминает разговор тет-а-тет, в нем наблюдается максимальное сближение устной и письменной речи. Под влиянием данного факта сетевой текст приобретает качественно новые характеристики: *«ахахахахахаха кто это????»; ну ооочень добрый и теплый фильм. давно такого не смотрела!))»; «ахаааа...да это точно!))»; «Тогда уж должен быть эффект! Палюбээ»* и т.д.

8. Тексты социальных сетей. Следует отметить, что в связи с эволюцией жанров Интернета всю большую популярность на сегодняшний день

приобретают социальные сети. Люди регистрируются в них, чтобы общаться с друзьями и знакомыми, делиться информацией с другими, видеть и быть увиденным. Д. Бойд при исследовании различных аспектов общения в социальных сетях определяет сайты социальных сетей как особый жанр сетевых сообществ. По ее мнению, сетевыми сообществами можно назвать те, что реорганизованы сетевыми технологиями [8]. Они открывают новые возможности коммуникационного взаимодействия. «Социальная сеть» – это многофункциональная веб-страница, предназначенная для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений [Википедия]. Следует отметить, что тексты в социальных сетях могут вбирать в себя характеристики других жанров Интернет-текстов, что дает возможность называть данный жанр гипержанром. Т. В. Алтухова, к примеру, в своем исследовании «Коммуникация в социальной компьютерной сети «ВКонтакте»: жанроведческий аспект» рассматривает известную российскую социальную сеть с точки зрения форматов, которые определяют проявление прагматических функциональных, структурных и содержательных особенностей ее текстов: формат Анкета, формат Статус, формат Записи на стене, формат Личные сообщения, формат Комментарии [9].

Следовательно, каждый формат имеет свои отличительные текстовые свойства. Так, например, тексты статусов отличаются лаконичностью, тексты записей на стене – гипертекстуальностью и мультимедийностью, тексты личных сообщений – персонализированностью и т.д.

Таким образом, проанализировав обобщив существующие исследования в области жанров Интернет-коммуникации, на их основе мы выделили следующие жанры сетевых текстов: 1) веб-сайты; 2) электронные книги, газеты и журналы; 3) электронные письма; 4) блоги; 5) форумы; 6) чаты; 7) мгновенные сообщения; 8) тексты социальные сети. Следует отметить, что в связи с недостаточной разработанностью проблемы жанрового своеобразия сетевых текстов требуется ее дальнейшее теоретическое и практическое осмысление.

ЛИТЕРАТУРА

1. Encyclopedia Britannica. URL: <http://www.britannica.com/>.
2. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1986. 270 с.
3. Mehler A., Sharoff S., Santini M. Genres on the Web. Berlin: Springer, 2010. 378 p.
4. Википедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/>
5. Gardiner E. and Ronald G. Musto. The Electronic Book // The Oxford Companion to the Book. Oxford: Oxford University Press, 2010. 164 p.
6. Longman Contemporary English Dictionary. URL: <http://www.ldoceonline.com/>
7. Лутовинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2009. 511 с.
8. Boyd D. Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications // Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites. 2010. P. 39–58.
9. Алтухова Т. В. Коммуникация в социальной компьютерной сети «В контакте» / Жанроведческий аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Кемерово, 2012. 25 с.

Поступила в редакцию 27.10.2014 г.

GENRE DIVERSITY OF NET TEXTS

© A. N. Tarasova

*Yelabuga Institute of Kazan Federal University
89 Kazanskaya St., 423606 Yelabuga, Republic of Bashkortostan, Russia.*

*Phone: +7 (906) 118 14 98.
Email: tarasova.aiza@yandex.ru*

This article is devoted to the comprehensive study of the genre characteristics of a net text (also “web text”). It is shown that significant changes and transformations in the society, especially in the information and communication spaces have become a reason for the appearance of new net genres, which are, basically, functioning in the Internet. The author states that net text genres are historical objects with a limited life cycle. It is connected with the fact that their functioning depends upon the scientific and technical progress. Thus, it means that the changes in the society can promote quantitative and qualitative changes of net text genres. On the basis of certain criteria, the author identifies the following genres of net texts: web site; electronic books, newspapers and magazines; electronic letters; blogs; forums; chats; instant messages; texts of social networks. Each of the presented genres has common features, such as hypertextuality, creolized and multimedia nature), and as well distinctive ones as presence or absence of their paper equivalent, the focus on the recipient, the level of their restrictedness and language specificity. Though there are works devoted to investigation of genres of computer-mediated communication, the problem of net text genres still needs a theoretical and practical consideration.

Keywords: *genre, the Internet, web/net text, hypertextuality, creolized nature, multimedia character.*

Published in Russian. Do not hesitate to contact us at bulletin_bsu@mail.ru if you need translation of the article.

REFERENCES

1. Encyclopedia Britannica. URL: <http://www.britannica.com/>.
2. Bakhtin M. M. Problema rechevykh zhanrov. Estetika slovesnogo tvorchestva. Moscow: Iskusstvo, 1986.
3. Mehler A., Sharoff S., Santini M. Genres on the Web. Berlin: Springer, 2010.
4. Vikipediya. URL: <https://ru.wikipedia.org/>
5. Gardiner E. and Ronald G. Musto. The Electronic Book The Oxford Companion to the Book. Oxford: Oxford University Press, 2010.
6. Longman Contemporary English Dictionary. URL: <http://www.ldoceonline.com/>
7. Lutovinova O. V. Lingvokul'turologicheskie kharakteris-tiki virtual'nogo diskursa: dis. ... kand. filol. nauk. Volgograd, 2009.
8. Boyd D. Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites. 2010. Pp. 39–58.
9. Altukhova T. V. Kommunikatsiya v sotsial'noi komp'yuternoj seti «V kontakte» / Zhanrovedcheskii aspekt: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Kemerovo, 2012.

Received 27.10.2014.