

ЖАНРОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА БЕЛАРУСИ

Статья посвящена рассмотрению наиболее коммуникативно значимых для белорусских пользователей жанров интернет-дискурса. Учитывая существующие классификации электронных жанров, по результатам анкетирования, проведенного на базе ряда предприятий и организаций столицы, были выделены следующие жанры: электронное письмо, спам-письмо, списки рассылки, чат, форум/конференция, блог, гостевая книга, социальный мир, баннер, каталог, доски объявлений и “часто задаваемые вопросы”. Перечисленные жанры классифицированы в соответствии с определенной степенью их функционального и/или структурного сходства на три группы: электронная переписка, электронные дискуссии, разноплановые жанры.

Введение

Одной из основных особенностей современного общества является стремительное развитие компьютерных информационных технологий и систем телеком-

муникаций. За последние годы в этой области произошел качественный скачок, что привело к появлению не только глобальной информационной среды, но и особых виртуальных миров, сетевых сообществ, сетевой культуры и сетевого языка, обслуживающих этот сегмент социальной реальности. В результате активному воздействию подвергся язык как система и как средство коммуникации и появился особый тип дискурса – интернет-дискурс. Интернет же стал не просто системой хранения и передачи сверхбольших объемов информации, но и новым слоем повседневной реальности и сферой жизнедеятельности большого числа людей. В связи с этим актуальным представляется исследование феномена интернет-дискурса в общем и особенностей его жанрового наполнения в частности.

Основная часть

Несмотря на то, что за последние десять лет появились публикации, посвященные изучению жанрово-стилистических особенностей интернет-дискурса (Е.Н. Галичкина, В.И. Карасик, Л.Ю. Иванов, Л.А. Капанадзе, D. Crystal и многие другие), существует неоднозначность мнений в отношении определения количества жанров и их классификации.

Понятие жанра толкуется в работах отечественных и зарубежных исследователей по-разному. Принимая за основу мнение М.Б. Бахтина о жанре как “устойчивой, закреплённой бытом и обстоятельствами форме жизненного общения” [1], а также интерпретируя понимание жанра К.Ф. Седовым (“жанр – это вербально-знаковое оформление типических ситуаций социального взаимодействия людей” [2, с. 21]) и Д. Кристал, который рассматривает жанры интернет-дискурса как “ситуации использования Интернета” [3, с. 67], в данной статье под жанром понимается (не)вербальное отражение ситуаций использования Интернета для социально-коммуникативной интеракции индивидов.

Лингвисты, занимающиеся исследованием интернет-дискурса, выделяют от четырех до пятнадцати жанров и более.

Например, Е.Н. Галичкина выделяет 4 жанра компьютерного общения: 1) электронная почта; 2) чат – неформальное общение в реальном времени посредством компьютера; 3) электронные доски объявлений; 4) компьютерные конференции [4, с. 8].

По мнению Л.А. Капанадзе, наиболее распространенными электронными жанрами являются: собственно веб-сайт, домашняя страница (имеет меньший масштаб, нежели сайт), электронная библиотека, электронный журнал, электронное письмо, чат (разговоры “в прямом эфире”), форум, гостевая книга, доска объявлений, коллекция программ, каталог (например, виртуального магазина), коммерческие объявления, рекламные баннеры [5, с. 246].

Д. Кристал пишет о следующих жанрах: электронная почта; синхронные и асинхронные чаты, включая BBS; виртуальные миры; ВЕБ-тексты, к которым относятся электронные тексты с гипер- и линейной структурой (например, тексты в формате pdf) [5, с. 10].

В перечень жанров компьютерной коммуникации российского лингвиста Л.Ю. Иванова входят как типично сетевые жанры, так и жанры, изначально несетевые, но в век компьютерных технологий оцифрованные:

- общеинформационные жанры, или жанры компьютерных новостей (сайты новостей, разновидности некоторых PR-сайтов);
- научно-образовательные и специальные информационные жанры (монографии, научные статьи, интерактивные учебные курсы);

- художественно-литературные жанры, вмещающие все оцифрованные произведения мировой классики (электронные книги, так называемая “сетература”);
- жанры, оформляющие неспециальное, непрофессиональное общение (виртуальные игры, живые электронные дневники, чаты, гостевые электронные книги и почтовая переписка);
- деловые и коммерческие жанры (доски рекламных объявлений, корпоративные сайты, баннеры) [6, с. 40-41].

Учитывая опыт упомянутых исследователей, нами были проведены опросы и анкетирование на базе некоторых организаций и предприятий столицы (ИП “Велком”, УП “НИИСМ”, ГО “БЕЛРЕСУРСЫ”, ГУ РНПЦ “Мать и Дитя”, ББОО “В будущее с надеждой”, УО “БГЭУ”, УО “МГЛУ”, УО “Средняя школа-лицей № 16” и др.) с целью выделить наиболее коммуникативно значимые для белорусских пользователей жанры интернет-дискурса.

Аналізу подверглись ответы пользователей Интернета на вопросы типа “Для чего Вы используете Интернет?”, “Какими интернет-ресурсами пользуетесь чаще всего?”, “Что привлекает Ваше внимание во время интернет-сеанса?” и т.п.

Все опрошенные (3769) пользуются услугами электронной почты и скачивают информацию различных форматов и объемов; многие (2915 из 3769) являются пользователями социальных миров; участниками форумов или конференций являются 2175 опрошенных; новостными ресурсами пользуются 2004 пользователя; отношения купли-продажи осуществляют с помощью досок объявления достаточно большое количество респондентов (1709 из 3769); общаются посредством систем мгновенного обмена сообщений и/или заходят в чаты 1549; ищут ответы на интересующие их вопросы в системах FAQ 1024 из 3769 пользователей; часто оставляют сообщения в гостевых книгах посещаемых сайтов 980 из 3769; ведут личные дневники или просматривают информацию, представленную в блогах 967 из 3769; подписчиками на ту или иную рассылку являются 617 респондентов; поиск по каталогам ресурсов сайтов осуществляют 598 пользователей; 183 пользователя не оставляют без внимания спам-рекламу или баннерную рекламу. Нерепрезентативное число пользователей имеют личные страницы (9 из 3769) или играют в on-line игры (17 из 3769).

Исходя из вышесказанного представляется обоснованным вслед за вышеупомянутыми исследователями выделять как наиболее распространенные и коммуникативно значимые для белорусского пользователя такие жанры, как электронная почта, чат, доски объявлений, форум/конференция, гостевая книга, живой журнал/блог, баннер, каталог, а также добавить к этому списку спам, списки рассылки, FAQ (часто задаваемые вопросы), сообщения систем социальных миров.

Перечисленные жанры можно классифицировать в соответствии с определенной степенью их функционального и/или структурного сходства. Для этого нами было отобрано 160 электронных писем личного характера, 80 спам-сообщений электронной почты и 65 текстов жанра списка рассылки, 300 текстов сообщений чатов, 210 сообщений социальных миров, 140 текстов форумов и конференций, 135 текстов гостевых книг, 90 блогов, 200 текстов объявлений на электронных досках, 150 FAQ, 60 баннеров и 50 каталогов. Следует отметить, что под текстом здесь понимается любая вербальная и/или невербальная фиксация информации в рамках жанра.

На наш взгляд, можно говорить о трех группах жанров интернет-дискурса.

1. Электронная переписка

Данная группа включает электронные письма, спам-письма, списки рассылки. Перечисленные жанры были объединены в одну группу по нескольким причинам.

Прежде всего, отнесенные в данную группу жанры выполняют общую функцию информационного обмена.

Результаты анализа показали, что данные жанры близки и по некоторым структурным параметрам своих текстов. Следует отметить, что в текст электронного письма, так же как и двух других жанров данной группы, мы включаем заголовок (заполняемые поля э-письма) и тело.

Полный текст заголовка у всех жанров можно представить так: “кому + от (кого) + копия + скрытая копия + дата/время + тема + приложение”. Следует отметить, что данная последовательность не фиксирована и может меняться в зависимости от настроек почтового сервера и/или программы.

Данный вариант в своей полной форме встречается не часто в текстах электронных писем (18 из 160), отсутствует в отобранных текстах спам-писем и списков рассылки. Наиболее типичной для почтовых ящиков белорусских пользователей является структура “от (кого) + кому + дата/время + тема” (127 из 160 – электронные письма, 68 из 80 – спам-письма, 60 из 65 – списки рассылки). Например: 1) “от: Nina Grach <n.grach@tut.by> + кому: dorin1983@tut.by + дата: 3 ноября 2009 г. 13:22 + тема: Список гостей” – электронное письмо; 2) “от: TUT.BY News news@tut.by + кому: valdis25@tut.by + дата: 2 декабря 2009 г. 21:00 + тема: Новости портала TUT.BY” – списки рассылки; 3) “от: Denis Kuper <deniskuper@open.by> + кому: dpr555@onliner.by + дата: 9 октября 2009 г. 21:00 + тема: Руководителям” – спам-письмо.

По результатам анализа была выделена также и структура тела электронного письма: “приветствие (Пр) / обращение (О) + основной текст (ОТ) + финальная фраза и/или подпись (ФП)”, спам-письма – “приветствие (Пр) / обращение (О) + представление/название товара/услуги (П/Н т/у) + описание товара/услуги (О т/у) + контактная информация (КИ) + гиперссылки (Г)”, списки рассылки – “обращение (О) + основной текст (ОТ) + подпись с контактной информацией об отправителе (П)”.

Как и полный вариант заголовка, данная структура тела у всех жанров встречается в различных вариантах. Приведем здесь лишь наиболее типичные.

Например, тело электронного письма личного характера имеет следующие распространенные варианты: 1) Пр + ОТ → 27 из 160, например: “Приветтики! Я обязательно буду (...)”; 2) Пр + ОТ + ФП → 29 из 160, например: “Здравствуй-те, пересылаю, что просили. С уважением, Лариса.”; 3) О + ОТ → 17 из 160, например: “Отдел маркетинга, напоминаю! соревнования по футболу 26.10 в ФОК “Серебрянка”. Начало в 18.00.”; 4) О + ОТ + ФП → 14 из 160, например: “Уважаемые студенты ЗТТ-2, рассылаю темы рефератов по психологии. Удачи. Ольга”; 5) Пр-О + ОТ → 12 из 160, например: “привет, сестричка! Сори, что сразу не ответила (...)”; 6) Пр-О + ОТ + ФП → 19 из 160, например: “всему семейству, хэлоу! Америка супер!!!! (...) Гудбай, Артур”.

Спам-письма имеют следующие наиболее типичные структуры: “П/Н т/у + КИ” – 27 из 80, например: “Настоящие швейцарские часы в Минске! +37529 xxxxxx”; “П/Н т/у + Г” – 14 из 80, например: “Бесплатно IQ-тесты на brainbooth.info”, “Г” – 17 из 80, например: “xuk.ru”.

В большинстве текстов списка рассылки прослеживался полный вариант структуры тела – 59 из 65, например: “Уважаемые абоненты! Напоминаем, что

при оплате абонентской платы до 15 числа каждого месяца вам будут начислены 15% бонусного трафика к выбранному тарифу. С уважением, администрация Космос ТВ. cosmostv.by”.

2. Электронные дискуссии

К жанру электронных дискуссий можно условно отнести чаты, форумы/конференции, гостевые книги, блоги, сообщения систем социальных миров.

В функциональном плане данные жанры объединяет интерактивная доминанта, а именно возможность оставлять сообщения на хостинге программы, комментирование чужих записей и ведение дискуссии, наличие темы/обсуждаемой проблемы.

Данные жанры также обладают и схожими признаками текстовых структур, состоящих из заголовка и тела.

Общим минимальным элементом заголовков всех жанров в данной группе является указание ника/имени автора сообщения и даты/времени создания сообщения. Например: 1) “11.06. петруччи” – чат; 2) “14.08.09. Apolo13” – форум/конференция; 3) “Анна Карачун 03.12.2009 18:12” – сообщение социальных миров; 4) 28/01/2008 SHEV_2a/выпуск2007 – гостевая книга; 5) Шоколад ни в чем не виноват! Денис Блиц, 27.11.2009 – блог.

В зависимости от жанра может также присутствовать и другая разнообразная информация, представленная как в окне сообщения, так и в раскрывающейся закладке: тема сообщения, статус участника (новичок, гость, модератор и др.), дата регистрации участника, порядковый номер пользователя, общее количество его сообщений, рейтинг просмотра этих сообщений, город, статус online/offline, электронный адрес/URL/ICQ и др. Например: 1) “Багюн1 + Senior Member + автор темы + 13 Май 2009 21:11 + сейчас онлайн + Member # 167604 + Сообщений: 574 + Из города: Минск” – форум; 2) Пользователь: soft [Рядовой] + Репутация: 0 + Имя: + Элионора Шафик + Статус: Offline + Дата регистрации: Понедельник, 31.08.2009, 20:45 + Дата входа: Понедельник, 26.10.2009, 16:19 + Дата рождения: 7 Января 1960 [49 Козерог] + E-mail: shaf60@tut.by – гостевая книга.

Перечисленные в данной группе жанры имеют сходство и по отдельным элементам структуры тела. Проиллюстрируем сказанное.

Тело сообщения чата имеет следующую структуру: “приветствие (Пр) / обращение (О) + основной текст (ОТ)”, которая представлена в четырех вариантах: 1) Пр + ОТ (54 из 300), например: “Всем хаюшки! Люди расскажите кто-нибудь что-нибудь интересное!”; 2) О + ОТ (107 из 300), например: “Каааать)) Отстань ото мну с этой песней))”; 3) Пр-О + ОТ (41 из 300), например: “пен 87 приветик! ПОШЛИ!”; 4) ОТ (98 из 300), например: “ЗДЕСЬ есть красивые одинокие девочки????????”

Структура тела сообщений социальных миров также довольно проста (приветствие (Пр) / обращение (О) + основной текст (ОТ) + финальная фраза) и имеет следующие варианты: 1) Пр + ОТ (82 из 210), например: “Привет, мне кажется мы в одном садике были возле 9 школы недалеко от м.Пушкинская!?”; 2) О + ОТ (43 из 210), например: “Кать, права ты конечно, но ничего с собой поделатъ не могу (...);” 3) Пр-О + ОТ (21 из 210), например: “Привет, Ната! Когда домой собираешься приезжать?”; 4) ОТ (64 из 210), например: “Что-то с отдыхом не ясно пока!”

В теле сообщения форума/конференции в самом общем плане можно выделить следующую структуру: “цитата комментируемого сообщения (Ц) + Приветствие (Пр) / обращение (О) + Основной текст (ОТ) + Подпись (П)” и ее варианты (более 15). Наиболее типичными являются следующие структуры:

“Ц + ОТ” (46 из 140) и “ОТ” (29 из 140). Например: 1) *“(цитата) А в Минск хочу давно и упорно, не хотелось бы проворонить такую возможность. (основной текст) У меня очень похожее положение:xsad: (...) Может и мне заодно кто-нибудь поможет!:xsmile:”*; 2) *“Хотелось бы спросить, а как вообще оцениваете бел. театр???”*

Тело текста жанра “гостевая книга” также имеет одну полную структуру: “приветствие (Пр) / обращение (О) + основной текст (ОТ) + подпись (П) + ответ администратора сайта (ОА) + комментарии других пользователей (К)” и ее многочисленными потенциально возможными вариантами (более 30). Наиболее распространенным вариантом можно назвать структуру “ОТ” (46 из 135), например: 1) *“Спасибо за фильм о нашей свадьбе от 14 июня 2008 года!!!!!!”*; 2) *“Есть ли доступ к архивам депонированных работ (2004 год)?”*

Телу сообщения блога не характерны приветствие/обращение или подпись, как в других жанрах второй группы. Главным элементом является основной текст (ОТ). Например: *“Небольшой видеоофтопик, но в целом по теме. Данное здание явно сверхъестественное – (ссылка)”*.

3. Разноплановые жанры

Анализ показал, что в интернет-дискуссии существуют разноплановые в жанровом отношении тексты, выполняющие специфические функции или являющиеся полифункциональными, а также имеющие уникальную текстовую структуру. Это позволило выделить в отдельную группу доски объявлений (BBS), баннеры, каталоги, FAQ. Проиллюстрируем сказанное.

В рамках данной статьи рассматривается наиболее популярный среди белорусских пользователей по данным анкетирования тип объявлений – частные коммерческие объявления, выполняющие разнопорядковые функции.

По результатам проведенного анализа можно выделить следующие элементы в текстовой структуре частных коммерческих объявлений и их наполнение: (1) заголовок (номер сообщения, тема, тип объявления, раздел, город/регион, дата/время подачи/удаления объявления) + (2) тело (основной текст (ОТ)/основной текст + контактная информация (ОТ + КИ)) + (3) подпись (контактная информация (КИ) – имя, телефон, email; дата подачи/удаления объявления; количество просмотров/показов/ответов; дополнительная информация). Например: 1) *“(заголовок) №106684: Продается квартира. (тело: ОТ) Продается 4 комнатная квартира по ул. Рогачевской, 3 (...). (подпись) Телефон: +37529xxxxxxx. Дата подачи: 04.12.2009”*; 2) *“(заголовок) 19.10.2009/15:04. ремонт (тело: ОТ + КИ) Ремонт сотовых телефонов, аудио- видеотехники. Адрес: пр-т Черняховского д.35 кор.1 Тел.: (029) 213-84-17”*.

Трудно говорить о какой-либо структурной организации текстов баннера, т.к. каждый отдельно взятый баннер создается по индивидуальному заказу. Приведем лишь перечень элементов, рекомендуемых для повышения эффективности баннера: логотип сайта, надписи различного характера, URL, кнопки, картинки, и разнообразие эффектов. У проанализированных текстов вербально выражен логотип/название, URL, а также различные надписи, например: *“Ваши лучшие подруги на rodugi.by”*, *“Эстатэ + Без головной боли + Экспедирование грузов/ таможенные услуги/логистика + estate-by.com”*. Функционально же баннер является рекламным продуктом и выполняет его функции.

В плане организации текста каталога рассмотрим текст ссылки каталога. Ссылки в каталоге имеют иерархическую структуру от более общего в содержательном плане к более специфическому. Иной вариант расположения текста

ссылок в 50 анализируемых примерах не замечен. Например: “Наука и образование → ВУЗы, Рефераты (...)” Основными функциями каталога являются краткое представление информации или ресурсов сайта/портала/личной страницы и оптимизация процесса поиска информации.

Текст жанра “FAQ” состоит из двух обязательных частей: текст вопроса и текст ответа. Логика структуры заключается в последовательности “вопрос → ответ”. Во всех 150 проанализированных текстах иная структура не обнаружена. Например: “(вопрос) Почему программа спрашивает у меня пароль? → (ответ) Данная программа ВСЕГДА спрашивает пароль при первом активировании (...)” С функциональной точки зрения “FAQ” выполняют функцию получения информации.

Заключение

В заключение следует отметить, что изучение жанрового наполнения интернет-дискурса и структурных параметров соответствующих текстов может способствовать оптимизации межкультурной компьютерно опосредованной коммуникации белорусов, а также быть полезным белорусским пользователям Интернета для ориентации в мире интернет-общения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Бахтин, М.М.** Проблема речевых жанров / М.М. Бахтин // Собр. соч. – М. : Русские словари, 1996. – Т. 5 : Работы 1940–1960 гг. – С. 159–206. – [Электронный ресурс]. – 2004. – Режим доступа : http://philologos.narod.ru/bakhtin/bakh_genre.htm. – Дата доступа : 04.07.2009
2. **Седов, К.Ф.** Дискурс и личность: Эволюция коммуникативной компетенции. Серия “Психолингвистика” / К.Ф. Седов. – М. : Лабиринт, 2004. – 320 с.
3. **Crystal, D.** Language and the Internet / D. Crystal. – Cambridge: Cambridge University Press, 2001. – 272 p.
4. **Галичкина, Е.Н.** Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е.Н. Галичкина. – Волгоград, 2001. – 19 с.
5. **Капанадзе, Л.А.** Структура и тенденции развития электронных жанров / Л.А. Капанадзе // Жизнь языка : сб. ст. к 80-летию М.В. Панова. – М., 2001. – С. 246–255.
6. **Иванов, Л.Ю.** Язык Интернета: заметки лингвиста / Л.Ю. Иванов // Словарь и культура русской речи. – М. : Азбуковник, 2000. – С. 35–45.

Поступила в редакцию 22.02.2010 г.