

11. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: В 4 т. – М., 1978 – 1980. (Даль). – Т. 4. – С. 180.
12. НП. – С. 120; 121; 123; 127.
13. Круглый год: русский земледельческий календарь: сост, вступ. ст. и примеч. А.Ф. Некрыловой. – М., 1991. (КГ). – С. 10.
14. Русские пословицы и поговорки / Под ред. В.П. Аникина. – М., 1988. (РП). – С. 10.
15. КГ. – С. 101.
16. Некрылова А.Н. Русский традиционный календарь на каждый день и для каждого дома. – СПб., 2007. (РТК). – С. 672.
17. Там же. – С. 672; 669; 676.
18. ПРН. – С. 547; 548; 560; 561; 562.
19. Там же. – С. 560.
20. Роцин А.Н. Сам себе синоптик. – Киев, 1983. – С. 94.
21. НП. – С. 120; 128; 134; 135.
22. Роцин А.Н. Указ. раб. – С. 49.
23. Заянчковский И.Ф. Живые барометры. – М., 1977. – С. 22.
24. РТК. – С. 138.
25. СРНГ. – Т. 10. – С. 116; Т. 4. – С. 65; Т. 13. – С. 51; 55.
26. Там же. – Т. 27. – С. 68.
27. Там же. – Т. 10. – С. 85.
28. Даль. – Т. 2. – С. 300.
29. СРНГ. – Т. 22. – С. 365; Т. 16. – С. 350; Т. 34. – С. 103; Т. 21. – С. 231.
30. Там же. – Т. 37. – С. 241; 99.
31. Сахаров И.П. Сказания русского народа, собранные И.П. Сахаровым. / Сост. С.Д. Ошенский; предис. Г.П. Присенко. – Тула, 2000. – С. 304.

T. Simashko

SIGNS SA A SOURCE OF KNOWING OBJECTS IN THE WORD

Abstract: The paper gives the analysis of signs which allow to extract the most important information about objects in the word.

Key words: notion-connected elements, linguistic picture of the world.

УДК 80+008](082)
М 74

Усачева О.Ю.

К ВОПРОСУ О ЖАНРАХ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ*

Аннотация: Предметом рассмотрения в статье является жанровая природа стереотипных форм интернет-коммуникации, традиционно описываемых в терминах жанров. В ходе анализа понятий «речевой / коммуникативный жанр», «коммуникативная ситуация», «коммуникативное событие» автор приходит к необходимости ввести в круг жанроведческих понятий термин «формат», в котором находят отражение особые экстралингвистические условия порождения дискурса.

Ключевые слова: стереотипные формы, интернет-коммуникация, жанр, дискурс, формат.

Интернет-коммуникация (ИК, а также веб-коммуникация) – это общение в особой (глобальной электронной) среде, возникшей вследствие объединения персональных компьютеров в единую сеть и обеспечивающей высокоскоростное прохожде-

ние информационных потоков. Под сетевой компьютерной (виртуальной) средой коммуникации мы понимаем **особое коммуникационное пространство**, образуемое устойчивой совокупностью определенных экстралингвистических условий и факторов коммуникации, производных от технических мультилинейных средств (каналов) связи; в этом пространстве происходит реализация и определенная трансформация уже существующих в распоряжении социума форм, видов, кодов коммуникации, а также становится возможным возникновение, закрепление и распространение инновационных способов коммуникации, постоянно пополняющих и видоизменяющих сенсорный, ментальный, социопсихологический, социокультурный, коммуникативный опыт языкового социума [1].

Пользователям и исследователям Интернета хорошо известно, что в этой коммуникационной среде, как и в целом континууме человеческого общения, существуют

* © Усачева О.Ю.

более или менее стандартные коммуникативные формы, в которые «отливается» (по выражению М.М. Бахтина) процесс общения. По Бахтину, «относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказываний» [2: 241] представляют собой **речевые жанры** (далее РЖ). В настоящее время в отечественной лингвистической науке сформировалось опирающееся на идеи М.М. Бахтина исследовательское направление – жанроведение (генристика), активно заявившее о себе в работах В.Е. Гольдина, В.В. Дементьева, М.В. Китайгородской, М.Н. Кожинной, К.Ф. Седова, М.Ю. Федосюка, Т.В. Шмелевой и др. Изучение проблематики РЖ (их исчисление, описание, определение конститутивных признаков и т.д.) является актуальной задачей современных речеведческих дисциплин, о чем свидетельствует обширная научная литература.

С появлением в коммуникационной среде Интернет новых дискурсивных практик стало возможным говорить, согласно авторитетному мнению Е.И. Горошко, и о становлении теории виртуального жанроведения, в задачи которой входит описание и систематизация дигитальных, или интернет-жанров и способов их классификации [3]. Вопросы дифференциации жанров ИК, установления их конститутивных признаков вызывают интерес и у многих зарубежных лингвистов [см. обширную библиографию в: 3, 4]. Среди задач изучения жанровых форм ИК в цитированной работе Е.И. Горошко отмечается необходимость построения системы классификационных критериев для описания всего жанрового разнообразия Сети, четкого и непротиворечивого определения того, что такое электронный (дигитальный) жанр, как именно технически опосредованная среда коммуникации влияет на возникновение новых жанров и на видоизменение старых «бумажных», которые переносятся в электронную коммуникацию.

Действительно, в отечественной лингвистической литературе, посвященной типическим формам ИК, для их обозначения чаще всего используется восходящий к идеям Бахтина термин коммуникативной лингвистики **жанр**. Исследователи ИК употребляют по отношению к таким формам определения «электронные», «виртуальные», «дигитальные» жанры, обороты

«жанры ИК, электронной коммуникации, компьютерного общения» и др. В то же время многие из русских и зарубежных авторов, осозная и желая подчеркнуть особенности форм интернет-общения по сравнению с традиционно понимаемыми жанрами речи, прибегают к особым терминологическим оборотам.

В частности, Д. Кристал [5] насчитывает пять, как он их называет, **ситуаций использования Интернета** (broad Internet-using situations): электронная почта, синхронные и асинхронные чаты, включая BBS (Bulletin Board System), виртуальные миры (MOOs, MUDs, MUCKs, MUSEs и т.д.), ВЕБ-тексты.

По мнению Е.Н. Галичкиной [6], в качестве **жанров компьютерного общения** можно выделить электронную почту (e-mail), электронные разговоры (чаты), электронные доски объявлений (BBS), компьютерные конференции.

Л.Ю. Иванов [7] предлагает более детальную классификацию **жанров глобальной сети**:

1) **общейнформационные** (жанры новостей); они характерны для электронных СМИ (как для имеющих «бумажные» аналоги, так и для собственно сетевых); в их числе газетные и журнальные статьи, передовые на тему дня, «телетайпные» ленты новостей (например, информационное агентство lenta.ru), интервью, электронные письма читателей, обзоры и дайджесты новостей, сводки спортивных новостей и комментарии к ним, спецвыпуски, посвященные определенным событиям и т.д.;

2) **научно-образовательные и специальные информационные жанры**: электронные монографии, сборники, научные статьи, пособия, справочники, интерактивные учебные курсы, дискуссии в научных и образовательных дискуссионных клубах, ответы экспертных и консультационных служб, предназначенные как для широкой публики, так и для профессионалов, рефераты, интернет-семинары, онлайн-конференции, психологические тесты, электронные словари, в том числе переводные, сборники и архивы научно-технической, прежде всего компьютерной документации, поисковые запросы и ответы поисковых машин и т.д.;

3) **художественно-литературные жанры**: литературные произведения, пере-

веденные в электронную форму, а также литература, специально созданная для сетевой среды (так называемая сетература); сюда же входят обзоры, аннотации и рецензии – как сетературных, так и традиционных литературных произведений; к литературным примыкает часть развлекательных жанров – многочисленные анекдоты, юмористические и эротические рассказы, словесные игры, эротические доски объявлений и чаты для виртуального флирта, отдельные юмористические цитаты и их подборки, эпиграфы к сайтам, юмористические сайты как жанрово-композиционные единства;

4) жанры, оформляющие неспециальное, непрофессиональное общение: дискуссионные группы, чаты или IRC в MUD (MUD или multiuser domains – области, где могут присутствовать и общаться одновременно многие пользователи), гостевые книги, письма электронной почты, избранные почтовые рассылки и др.;

5) деловые и коммерческие жанры: коммерческие доски объявлений, аналитические обзоры рынков и отраслей, информационные письма и тематические журналы по отдельным направлениям бизнеса, информация на сайтах крупных компаний (корпоративных сетей), имеющая не только рекламный, но и технический и познавательный характер, биржевые информационные бюллетени, объявления в службах трудоустройства, рекламные флажки – баннеры.

Л.Ю. Иванов также обращает внимание на то, что все жанры глобальной сети подразделяются на две группы: в первую входят жанры **исконно сетевые**, т.е. порожденные самим использованием языка в сети, во вторую – жанры, **заимствованные сетью** из традиционных сфер общения. К первым относятся, например, жанры неспециального общения – чаты и дискуссионные группы. Ко вторым – аннотации научно-технических статей или передовицы электронных СМИ. Подчеркивается, что языковые новации наиболее полно реализуются в жанрах первой группы, т.к. именно они обязаны своим происхождением интернет-среде. В то же время отдельные заимствованные жанры могут почти не отличаться друг от друга в виртуальном и «бумажном» варианте. Особенности таких жанров часто продолжают определяться не

столько фактом их бытования в компьютерной сети, сколько той функциональной разновидностью языка или сферой общения, из которой они заимствованы.

С.Н. Михайлов пишет о **речевых жанрах**, возникших в новой коммуникативной – электронной – среде, одновременно называя их **жанрами естественной письменной речи**: а) чат-коммуникация; б) дискуссионные форумы; в) запись в гостевой книге; г) сетевой дневник. При этом делается, например, следующая оговорка: «Электронную почту мы не рассматриваем как жанр, т.к. электронный вариант письма в целом не отличается от неэлектронной разновидности (отличие касается только медиальной реализации электронной версии)» [8: 405]. Возникает закономерный вопрос: что такое электронная переписка как тип текста, если ее не включать в список жанров электронной коммуникации?

Как можно видеть, авторы работ, посвященных изучению стереотипных форм интернет-общения, стремятся, с одной стороны, зафиксировать существование определенных устойчивых способов организации информационных и коммуникационных потоков в электронной компьютерной среде, с другой стороны – выделить и описать регулярно воспроизводимые типы текстов, присущие тем или другим формам такой организации. И то и другое, как правило, именуется жанрами, хотя зачастую авторы, стремясь указать на условность, а то и сомнительность такого обозначения, либо используют уточняющие обозначения («жанр компьютерного общения»), либо берут слово «жанр» в кавычки, либо предпочитают применять менее определенную терминологию (например, «вид», «тип», «форма» и т.п. интернет-коммуникации). Ср., в частности, следующие словоупотребления: «Будучи **«жанром»**, рожденным Интернетом, баннеры стали своеобразной квинтэссенцией его специфической стилистики, основанной на использовании таких категорий, как мультимедийность и интерактивность» [9: 388]. Или: «Данный социокультурный феномен [блоги и блогерство. – О.У.] характеризует себя не просто как особый (и относительно новый) **вид** Интернет-коммуникаций, но как особый **вид** социальных коммуникаций вообще, в том числе активная **форма** социально-психологического взаимодействия и социализации

индивидов» [10: 391; во всех случаях курсив мой. – О.У.]. Все это указывает на интуитивное стремление исследователей найти более точное терминологическое обозначение для феномена типичных форм ИК.

Не вполне убедительным, на наш взгляд, выглядит принципиальное отделение исконно сетевых жанров от жанров традиционных, заимствованных электронной средой. Так, несмотря на кажущееся своеобразии чата, который почти безоговорочно зачисляется в перечень жанровых новаций, возникших благодаря Интернету, в нем нетрудно усмотреть многие структурные и функционально-стилистические признаки варианта бытового диалога (дружеского разговора, болтовни, беседы и под.). То же касается и жанра интернет-конференции (форума), имеющего очевидный внесетевой аналог в виде публичной дискуссии на определенной теме.

Таким образом, вопрос о специфике жанров ИК нуждается в дальнейшем, более детальном рассмотрении. С этой целью обратимся еще раз к понятию жанра как таковому, ставшему одним из центральных в современной коммуникативной лингвистике.

Позволим себе напомнить, что М.М. Бахтин рассматривал РЖ как «относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказываний» [11: 241]. Анализируя бахтинское понимание РЖ как типов высказываний, М.Ю. Федосюк [12] приходит к выводу, что современными лингвистами это определение было неявно пересмотрено и, как следствие, понятие РЖ стало относиться не к высказыванию в его нынешней трактовке, а к тексту (и его компонентам). В связи с этим лингвист предлагает различать **элементарные** и **комплексные** РЖ. Элементарными РЖ являются такие типы текстов, в составе которых отсутствуют компоненты, квалифицируемые как тексты определенных жанров: сообщение, похвала, приветствие, просьба и т.д. Комплексными РЖ следует считать такие типы текстов, которые состоят из компонентов, обладающих завершенностью и представляющих собой текст определенного жанра; так, среди монологических текстов можно выделить РЖ утешения, убеждения, уговоров и др., а среди диалогических – РЖ беседы, дискуссии, спора, ссоры и др.

Опираясь на мысль М.М. Бахтина – В.Н. Волошинова о том, что любое высказывание есть «продукт взаимодействия говорящих и шире – продукт всей той сложной социальной ситуации, в которой высказывание возникло» [13: 78], В.Е. Гольдин и О.Н. Дубровская считают необходимым осмыслить «жанровую организацию речи в пределах того целого, частью и / или стороной которого она является и на которое функционально ориентирована» [14: 6]. Они выстраивают следующую систему понятий: «Ближайшее целое по отношению к речевым жанрам – это, по-видимому, речевое событие. Целое более высокого уровня – коммуникативное событие, далее идут просто события. (...) Внутренняя форма события, то есть подвергающееся изменению «положение вещей», – ситуация. Ситуацией же, но уже внешней, «охватывающей событие, является и та обстановка, на фоне которой происходит событие» [14: 7; разрядка авторская. – О.У.]. Анализируя природу РЖ, авторы цитируемой статьи подчеркивают, что «жанр – это тип, форма, коммуникативная организация речевого действия и соответствующего речевого произведения либо представление, знание о типах, формах, коммуникативной организации речевых действий и соответствующих речевых произведений, но не сами эти действия и произведения» [14: 6].

Подобные позиции разделяют и другие авторы. Так, К.Ф. Седов [15: 69] подчеркивает, что «жанр есть вербальное отражение интеракции, социально-коммуникативного взаимодействия индивидов». Под РЖ подразумевается «микрообряд», в котором вербализуется социальное взаимодействие партнеров коммуникации, т.е. «обычно это достаточно длительная интеракция, порождающая диалогическое единство или монологическое высказывание, которое содержит несколько сверхфразовых единств» [16: 14]. Исследователь считает необходимым рассматривать РЖ как составляющую дискурса и обращает внимание на то, что жанры не являются внешним условием коммуникации, которое адресант должен соблюдать в своей речевой деятельности. По его мнению, «жанры речи присутствуют в сознании языковой личности в виде фреймов, влияющих на процесс разворачивания мысли в слово. При этом формирование

дискурса уже на стадии внутреннего планирования использует модель порождения речи, которая соответствует конкретной ситуации общения и которая диктуется жанровым фреймом. Дискурсивное мышление ... имеет принципиально жанровый характер» [15: 70].

«Жанр коммуникативного события первичен по отношению к речевому жанру», – считает И.Н. Борисова, понимая под первым **социально закрепленную форму коммуникативного взаимодействия**, определяемую единством его условий, функций и инвариантными признаками речевого поведения участников, что задается социальными нормами и правилами. Жанр события детерминирует не только стиль, композицию, тему и структуру порождаемого в его рамках текста, т.е. не только структурно-статический аспект речи, но также и тип, правила, стратегии и тактики речевого поведения, т.е. динамику речевого взаимодействия (процессуально-деятельностный аспект), иначе говоря, влияет на структурирование и дискурса, и текста [17: 31]. Исследователь предлагает разграничивать **коммуникативные жанры** (т.е. жанры коммуникативных событий) и **речевые жанры** по типу: событие общения – форма его речевой (текстовой) организации. Если первое представляет собой форму организации как речевого, так и неречевого коммуникативного взаимодействия, то второе – форму структурирования речевой продукции (текста). Таким образом, жанровые параметры заложены уже во внеязыковых условиях процессов коммуникации, откуда они «перетекают» в речевое бытие – дискурс и текст.

Итак, следует констатировать, что понятие жанра в принципе может быть отнесено как к вербально-текстовым формам («речевой жанр», «жанр речи»), так и к структуре превербальной и паравербальной событийной основы общения («коммуникативный жанр», «жанр коммуникативного события»). Не стоит упускать из виду и то, что наряду с речевой и социальной жанр имеет и ментально-психологическую, когнитивную природу и представляет собой феномен общественного и индивидуального сознания, в котором получают отражение наиболее значимые параметры коммуникативной организации процесса общения. Сходное представление о жанровой органи-

зации общения выказывают в своих работах и зарубежные авторы: В. Орликовски и Дж. Йетс, К. Беркенкоттер и Т. Хукин, Т. Эриксон и др. [подробнее см. в: 3].

В нашем понимании жанра будем исходить из того, что в онтогенезе коммуникации первичным экстралингвистическим (превербальным) условием выступает **событийный ряд**, состоящий из сменяющих друг друга во внеязыковой реальности состояний, процессов, целенаправленных и / или спонтанных действий (в том числе ментальных) людей, взаимодействующих между собой и с окружающей действительностью. В отличие от событий, происходящих в природном мире, коммуникативные события отнесены к сфере человеческого бытия, а значит, задаются и регулируются социумом через социальные и статусные роли людей, нормы, правила, традиции и ценности. Каждый субъект, руководствуясь в своей деятельности определенными целями и намерениями, реализуя их через взаимодействие с другими субъектами, входит в то или иное коммуникативно-событийное пространство, усваивая его параметры, облекая в них каждое из своих речевых действий и свое индивидуальное коммуникативное поведение в целом. В этом смысле коммуникативные события существуют объективно, независимо от воли и сознания отдельно взятого субъекта. Таким образом, **коммуникативное событие – это объективно существующий локализованный в пространстве и времени, целостный процесс социально-коммуникативного взаимодействия людей**. Коммуникативное событие всегда отличается процессуальностью, предполагающей фазовость, т.е. может члениться на составляющие целостное событие отрезки, и делимитированностью, т.е. имеет свои границы – верхнюю (начало) и нижнюю (завершение).

Динамическая структура коммуникативного события отражает его протекание во времени и представляет собой последовательность отдельных **коммуникативных актов, речевых поступков**. Статическая же структура отражает влияние на процессуальность общения социокоммуникативных параметров бытия, прежде всего таких, как **распределение и соотношение социальных и статусных ролей коммуникантов**, преследующих те или иные цели общения, соблюдающих конвенциональные социально-ро-

левые и коммуникативные нормы взаимодействия, а также некую последовательность (схему) коммуникативных действий общающихся. Перечисленные параметры в совокупности формируют **жанр коммуникативного события, или коммуникативный жанр**.

Жанр, являясь поведенческим стереотипом участников коммуникативного события, «кодифицированной формой действия» [18: 101] «характеризует, как видим, деятельностную сторону процесса общения, динамику речевого взаимодействия. Он определяет, по справедливому суждению И.Н. Борисовой [17: 33], «1) тип речевого поведения, задаваемый речевой ролью и регулируемый жанровыми предписаниями и / или взаимными ожиданиями партнеров по общению (...); 2) допустимые и социально одобряемые нормы и правила речевого поведения(...); 3) стратегию и тактики речевого поведения, стандартные в данной ситуации речевые поступки коммуникантов (...))» и др.

Принимая предложенную дифференциацию жанров коммуникативных событий и жанров текстовых форм, обусловленных этими событиями (речевых жанров), обратимся с этих позиций к интернет-коммуникации. Речевое общение, протекающее в особой коммуникационной среде, какой является Интернет, также имеет в своей основе то или иное событие, которое можно обозначить, вслед за некоторыми лингвистами, как **веб-коммуникативное** [19].

Главная специфика веб-коммуникативных событий по сравнению с коммуникативными событиями «внесетевыми» состоит в том, что они протекают в двух **«параллельных» локусах – реальном и виртуальном**. Это означает, что местом их локализации выступает, с одной стороны, трехмерное физическое, географическое пространство, в котором пребывает каждый из собеседников за пределами компьютерной электронной сети («в реале») и в котором конституируется жанровая организация события в соответствии с присущей данному национально-языковому социуму системой жанров и ситуативными условиями общения, а с другой – виртуальная среда как когнитивно-речевое, ментальное (ирреальное) пространство, куда «помещают» себя коммуницирующие субъекты

в момент виртуального контакта (контакта с удаленным собеседником). Поскольку виртуальный локус вторичен по самой своей природе (он порождается реальным локусом и выступает как его когнитивный заместитель), логично представить его как аналог внесетевой коммуникационной среды, в который переносится весь предшествующий акту ИК дискурсивный опыт языковой личности, включая жанровое мышление.

Кроме того, веб-коммуникативные события получают обязательную **визуализацию** в виде печатного электронного текста и, таким образом, их когнитивно-знаковый статус находит фактурную письменную реализацию в виде обмена текстами. Тем самым визуализация веб-коммуникативного события приводит его (событие) к девиртуализации, к превращению в речевое произведение, текст. В итоге интернет-среда предстает как пространство, «населенное» текстами, т.е. текстовое, где происходит типичное для виртуальности замещение, а именно – замещение реального партнера по коммуникации его текстовым образом. Другой типичной для виртуальности заменой является имитация непосредственного коммуникативного контакта: акт коммуникации моделируется участниками общения как контактный и синхронный, – что особенно наглядно проявляется в диалогическом взаимодействии (интернет-форумы, чаты, блоги), где эффект непосредственной коммуникации создается за счет текстовой последовательности сообщений-реплик и специфических языковых средств, актуализирующих сообщение (дискурсивных маркеров). Поэтому веб-коммуникативное событие, имеющее своим прообразом некое социально объективированное типовое коммуникативное событие, осуществляется в два этапа: вначале как ментальный образ (фрейм) последнего, а затем как его языковое воплощение – вербально-текстовое построение. Временная дистанция между этими этапами может сокращаться или удлиняться, но, как правило, она все же больше, чем в устной коммуникации при непосредственном контакте общающихся, и это в значительной мере способствует проявлению языковой рефлексии у партнеров по общению. На данное свойство ИК указывает, например, Н.Б. Мечковская: «Интернет в небывалой прежде мере усили-

вает метаязыковую рефлексия говорящих и продолжает увеличивать насыщенность современной письменной и устной речи метаязыковыми значениями» [20: 183]. Попутно заметим, что именно благодаря фактору «отложенной визуализации» и связанному с ним фактору языковой рефлексии первоначальный коммуникативный замысел речепроизводителя, в том числе и в плане жанровой интерпретации контакта, может претерпевать изменения на пути от первой событийной фазы ко второй. Так что на событийную основу интернет-общения, кроме всего прочего, накладывается еще конституирующее и интерпретирующее влияние индивидуальных дискурсивных качеств коммуницирующего субъекта.

Наконец, если в реальном локусе коммуникативное событие, происходящее с участием удаленных коммуникантов, имеет разорванный, дискретный пространственно-временной характер, то в виртуальном локусе эта **разорванность преодолевается** благодаря визуализации веб-события через его линейно-текстовое воплощение в едином двухмерном пространстве (на плоскости монитора). Другими словами, веб-коммуникативное событие происходит не как «встреча людей» в едином трехмерном пространстве, а как «встреча текстов» на общем экранном пространстве монитора.

Таким образом, веб-коммуникативные события характеризуются

- 1) двойственностью локуса, т.е. виртуальностью;
- 2) текстовым характером реализации;
- 3) преодолением дискретности коммуникативного акта в виртуальном локусе.

Обращаясь теперь к типовым формам веб-коммуникации, мы полагаем, что по отношению к ним имеет смысл терминологически различать неодноплановые, хотя, в конечном счете, жанрообразующие феномены. Имеется в виду целесообразность включения в список речеведческих понятий, наряду с понятием жанра, дополнительного термина **формат**, который введен в употребление некоторыми западными исследователями.

В частности, Йорг Дитер, давая определение этого понятия, в своей работе [21: 9] формулирует его как «целый набор [Reihe] правил, условий и конвенций», а также целей и границ общения, которым

должен соответствовать коммуникативный продукт, обладающий тем или иным форматом [Format]. Немецкий ученый предлагает различать **внешние (технические)** и **внутренние (структурные)** форматы [aussere oder technische und innere oder strukturelle Formate]. Первые связаны с материальными, вещественными условиями и границами коммуникации; например, внешний формат может быть задан материалом, используемым в качестве носителя речевого продукта, а также экстралингвистическими (экономическими, социальными) условиями его применения. Вторые касаются собственно лингвистического (включая композиционное) оформления коммуникативного продукта. Например, письменный текст на литературном языке должен соответствовать орфографическим, грамматическим и определенным текстовым нормам.

В зоне пересечения характеристик, определяемых внешними и внутренними форматами, возникает **коммуникативный формат** [kommunikatives Format]. В качестве примера одного из типичных коммуникативных форматов приводится телефонный разговор, коммуникативные рамки которого, несмотря на известное варьирование его структуры, задаются конкретным техническим форматом – телефонной связью. Для конституирования коммуникативного формата одинаково значимы как технические (внешние), так и структурные (внутренние) параметры. Именно поэтому телефонный разговор и разговор при непосредственном общении образуют разные коммуникативные форматы, даже если они обладают совершенно одинаковой композиционной структурой.

Анализ употребления указанных терминов в соотнесении с терминологией отечественного речеведения (жанроведения) показывает, что термину «внутренний формат» до известной степени соответствует понятие речевого жанра, если принимать во внимание текстовую структуру коммуникативного продукта. Что же касается термина «внешний формат», то ближайшим (однако не полным) его соответствием выступает понятие **фактуры речи**, предложенное Ю.В. Рождественским [22: 21] и отчасти воспринятое другими лингвистами [23]. В то же время некоторые характеристики «внутреннего формата» могут

соответствовать и такой характеристике, как **концепция речи** [24; 25]. С помощью параметров фактуры и концепции можно различать не просто письменную и устную разновидности речи, но и такие комбинированные формы коммуникации, как, например, речь говоримая (звучащая, не предназначенная для письменной передачи) и озвученная (имеющая форму письменного читаемого текста). Как считает Т.В. Шмелева, перечень текстов, различающихся по фактуре, может быть расширен: это тексты печатные, телеграфные, телефонные, телевизионные, компьютерные и т.д. [23].

Итак, понятие формата в его интерпретации зарубежными коллегами используется весьма расширительно, отчасти пересекаясь с некоторыми понятиями теории речи, устоявшимися в отечественной научной традиции.

На наш взгляд, понятие формата было бы целесообразно взять на вооружение прежде всего применительно к коммуникации в среде Интернет. Мы предлагаем использовать его для обозначения той экстралингвистической стороны («рамки») веб-общения, которая представляет собой специфическую **технологическую организацию** информационного и коммуникативного контента. Эта организация заключается в членении коммуникационного пространства Интернета на подпространства, обладающие тем или иным **набором функционально-технологических возможностей и ограничений в упорядочении информационных и коммуникационных процессов**. Исходя из этого, интернет-формат предстает как собственно технологическая, т.е. внешняя по отношению к дискурсу оболочка (техническая служба) для формирования, структурирования и размещения информации, а также для осуществления коммуникативных обменов (интеракций). Отсюда особые характеристики формата, которые вряд ли могут быть отнесены к (речевому) жанру, событию или ситуации.

Прежде всего, не являясь текстовой формой организации общения, а только структурой для упорядочения текстов, формат **противопоставлен РЖ**, который, еще раз подчеркнем, представляет собой устойчивый **тип текста**, обладающий определенной коммуникативной функцией, композиционным строением и стилистическими особенностями.

Формат противопоставлен коммуникативному событию по критерию **процессуальности**: он, в отличие от события, не представляет собой событийного, поведенческого комплекса речевых действий, не разворачивается во времени и, таким образом, лишен динамики.

В этом плане формат напоминает скорее **коммуникативную ситуацию**, которая, в нашем понимании, представляет собой внутреннюю форму коммуникативного события [14], модель коммуникативно релевантных условий и параметров, задающих определенные **социальные ограничения** коммуникативного поведения в данном событии. Однако было бы неверным отождествлять формат с коммуникативной ситуацией, поскольку, как уже говорилось, эти понятия отражают принципиально разные параметры коммуникации: **формат – технические, ситуация – социально-коммуникативные (ролевые, статусные)**.

Наконец, формат не может быть понят и как **жанр коммуникативного события**, поскольку жанровый фрейм, как когнитивная структура, не является внешним условием по отношению к процессу коммуникации, а выступает как составляющая дискурсивного мышления.

Таким образом, несмотря на некоторую смысловую близость к понятиям «коммуникативное событие», «жанр коммуникативного события», «коммуникативная ситуация», если иметь в виду объективированную экстралингвистическую природу всех указанных феноменов, понятие формата не образует тождества ни с одним из них. В то же время, если такие понятия, как «жанр», «событие» или «ситуация» смогли обеспечить взаимодействие и взаимозависимость речевой реальности с реальностью социальной, то понятие формата позволяет зафиксировать связь дискурса с еще одним значимым параметром коммуникативного процесса – технической реальностью, роль которой становится все заметнее с развитием новейших средств связи.

Какие же форматы представлены в пространстве Интернета и какие условия они создают для коммуникативных и речевых жанров?

Обратим внимание на то, что в перечнях так называемых жанров ИК, частично приведенных в начале этой статьи, фигурируют именно интернет-форматы в

нашем понимании, к числу которых относятся поисковая система, веб-сайт (чей масштаб варьирует от веб-страницы до веб-портала), электронная почта (e-mail), интернет-конференция (и ее разновидности – интернет-форум, дискуссионная группа), чат, электронные СМИ и, возможно, некоторые другие. Выделение именно этих форматов еще нуждается в теоретическом обосновании, однако нельзя не заметить, что оно явно обусловлено разным набором ключевых технических функций, которые предоставляют пользователю современные компьютерно-сетевые технологии.

Например, формат электронной почты характеризуется, во-первых, ограниченностью доступа к ресурсу, имеющему определенный электронный адрес, для всех пользователей Интернета, кроме хозяина почтового ящика; во-вторых, двунаправленностью (технически обеспеченной возможностью обратной связи пользователя с ресурсом) и персональной адресацией коммуникации; в-третьих, приватностью (непубличностью) коммуникативных обменов и т.д. Другой формат интернет-коммуникации, такой как форум, демонстрирует иной набор технико-функциональных качеств: доступ к электронному контенту открытого круга пользователей, двунаправленность коммуникации, возможность как персональной, так и имперсональной адресации, публичность общения при наличии технической возможности перехода в режим приватной коммуникации и т.д. Итак, коммуникативные особенности форматов ИК детерминированы прежде всего их функциональными возможностями, которые в свою очередь предусмотрены техническим регламентом веб-программирования.

Рамки данной статьи не позволяют более подробно остановиться на обосновании и выявлении классифицирующих признаков указанных форматов. Укажем лишь на то, что в число таких признаков, по всей видимости, должны быть включены временной режим общения (синхронный / асинхронный), особенности канала связи (одно- либо двунаправленный; невизуальный, визуально-иконический, визуально-текстовой), ограниченность / неограниченность доступа к электронному ресурсу, степень интерактивности, доминирующий характер адресации и др.

Формат, безусловно, создает опреде-

ленные условия для жанрообразования. Как было показано Й. Дитером на примере «коммуникативного формата» телефонного разговора (ТР), он конституируется «техническим» и «структурным» форматом в их тесной взаимосвязи. С нашей же точки зрения ТР следует квалифицировать как коммуникативное событие, протекающее в пространстве и во времени. Жанр ТР – это поведенческая структура, стереотипная фазовая последовательность коммуникативных действий партнеров по общению, включающая в себя контроль за установлением связи в начальной стадии события, наличие дискурсивных слов, содействующих поддержанию контакта, специальные средства финальной части, сигнализирующие о стремлении к прекращению контакта и т.д. Коммуникативный жанр ТР очевидно диктуется технико-функциональными рамками коммуникации – форматом, предусматривающим звуковой двунаправленный канал связи, синхронность коммуникации, необходимость персональной адресации, временную ограниченность контакта. Что же касается речевых жанров (текстуальных) особенностей ТР (бытовой, полуофициальный, официальный, деловой), то они определяются уже не форматными (=техническими), а конкретными социально-ситуативными условиями общения (сфера, степень регламентированности речевого поведения, социально-ролевая структура). Репертуар речевых жанров ТР, при всем разнообразии языкового воплощения, тем не менее сохраняет ряд инвариантных признаков, базирующихся на едином формате: диалогичность, типовая архитектурная структура текста, обязательность дискурсивных маркеров-контактивов.

Представляется, что в среде Интернет, как и вне ее, существует некоторая корреляция форматов и репертуара РЖ. Так, формат электронных сетевых СМИ охватывает РЖ, традиционно характерные для «бумажных» СМИ: информационное (новостное) сообщение, аналитическая статья, репортаж, интервью и под.; формат электронной почты в норме использует РЖ письма (с учетом его разновидностей – деловое, официальное, дружеское и т.д.); для формата блогов (сетевых дневников, «живых журналов») типично использование таких жанровых форм, как рассказ, запис-

ка (краткое послание), комментарий и др.

Гипертекстовая организация веб-пространства создает условия для комбинации форматов. Инкорпорирование форматов довольно типично для веб-сайтов, телеконференций, форумов, например: **веб-сайт + гостевая книга + электронная переписка + форум + чат; телеконференция + электронная переписка + чат** и т.д. Переключение с одного формата на другой осуществляется при помощи ссылок, благодаря чему возникает единое гипертекстовое полиформатное поле. Как правило, комбинация форматов имеет своей целью активизацию информационно-коммуникативных потоков посредством увеличения интерактивного потенциала, а также за счет расширения гипертекстового поля. Она способствует привлечению к данному сетевому ресурсу как можно большего круга пользователей Сети. Кроме того, любые форматы ИК могут быть осложнены линками (ссылками), обеспечивающими переход к иным форматам, созданным этим же или другим продуцентом. Наиболее типичными линками являются веб-адрес, адрес электронной почты, баннер.

В заключение приведем основные **выводы**.

1. Экстралингвистическую основу категории речевого жанра составляет жанр коммуникативного события (=коммуникативный жанр), понимаемый как «социально закрепленная форма коммуникативного взаимодействия, которая определяется единством его условий, функций и инвариантными признаками речевого поведения его участников, задаваемыми социальными нормами и правилами» [17: 31].

2. Экстралингвистическую основу жанров ИК составляют жанры веб-коммуникативных событий, представляющие собой фреймы, которые объективированы в опыте внесетевого коммуникативного взаимодействия и которые регулярно воспроизводятся в среде Интернет как аналоге, «двойнике» внесетевой реальности.

3. Принимая во внимание опосредованность ИК целым набором технических средств и технологий, следует учитывать, что в организации коммуникативного поведения интернет-пользователей определенная роль отводится **формату** коммуникации, под которым понимается специфическая **технологическая организация**

информационного и коммуникативного контента, детерминирующая конкретный набор функциональных возможностей и ограничений.

4. Форматами ИК являются электронная почта, веб-сайт, интернет-форум, чат и др., которые традиционно определяются как жанры ИК.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Усачева О.Ю. Интернет-коммуникация как лингвистический феномен // *Язык и культура*. (Научный журнал). – Киев, 2007. – Вып. 9. – Т. VII (95). – С. 83-90.
2. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М., 1979.
3. Горошко Е. И. Теоретический анализ интернет-жанров: к описанию проблемной области // *Жанры речи: Сборник науч. ст.* – Саратов, 2007. – Вып. 5. «Жанр и культура». [Электронный ресурс] URL: <http://www.textology.ru/Goroshko/Zhanry.html>
4. Щипицина Л.Ю. Дигитальные жанры: проблема дифференциации и критерии описания // *Коммуникация и конструирование социальных реальностей*. – Часть. 1. – Сб. науч. ст. – СПб, 2006. – С. 377-378.
5. Crystal D. *Language and the Internet*. – Cambridge, 2002.
6. Галичкина Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций): Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2001.
7. Иванов Л.Ю. Язык интернета: заметки лингвиста // *Словарь и культура русской речи*. – М., 2000.
8. Михайлов С.Н. Жанровая специфика электронной коммуникации // II Международный конгресс исследователей русского языка «Русский язык: исторические судьбы и современность». – М., 2004. – С. 405.
9. Дедова О.В. Баннер как специфический тип интернет-рекламы // *Материалы 2-й Международной научной конференции «Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования»*. – М., 2008. – С. 388-390.
10. Зенько К.А. Блоггерство как фактор гуманитаризации русскоязычного Интернета и развития социальной активности российского общества (опыт междисциплинарного исследования) // *Материалы 2-й Международной научной конференции «Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования»*. – М., 2008. – С. 390-393.
11. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М., 1979.

12. Федосюк М.Ю. Нерешенные вопросы теории речевых жанров // Вопросы языкознания. – № 5, 1997. – С.102-120.
13. Волошинов В.Н. Марксизм и философия языка: Основные проблемы социологического метода в науке о языке. – М., 1993.
14. Гольдин В.Е., Дубровская О.Н. Жанровая организация речи в аспекте социальных взаимодействий // Жанры речи: Сборник науч. ст. – Саратов, 2002. – Вып.3. – С. 6-17.
15. Седов К.Ф. Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции. – М., 2004.
16. Антология речевых жанров: повседневная коммуникация / А. Вежбицка, В.Е. Гольдин и др. Под общ. ред. К.Ф. Седова. – М., 2007.
17. Борисова И.Н. Русский разговорный диалог: Структура и динамика. – М., 2005.
18. Вежбицка А. Речевые жанры / Пер. В.В. Дементьева // Жанры речи: Сборник науч. ст. – Саратов. – Вып.1. 1997. – С. 99-111.
19. Трофимова Г.Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России (функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты [Электронный ресурс] // URL: <http://planeta.gramota.ru/gnt-52.html>).
20. Мечковская Н.Б. Естественный язык и метаязыковая рефлексия в век Интернета // Русский язык в научном освещении. – №2 (12), 2006. – С. 165-185.
21. Dieter Jörg. Webliteralität. Lesen und Schreiben im World Wide Web. Diss. F/M, 2006. – 191 S. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.webrhetorik.de/Arbeit/arbeit.html>.
22. Рождественский Ю.В. Общая филология. – М., 1996.
23. Шмелева Т.В. Язык и речь в университетском образовании // Вестник МГУ. Сер. 9. Филология. – 1999, №2. – С. 151-152.
24. Haase M., Huber M., Krumeich A., Rehm G. Internetkommunikation und Sprachwandel. – Institut für Semantische Informationsverarbeitung Universität Osnabrück. 17. Februar 1997 [Электронный ресурс] // URL: <http://www.uni-giessen.de/~g91063/html/irc/>.
25. Иванов Л.Ю. Язык интернета: заметки лингвиста // Словарь и культура русской речи. – М., 2000. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.ivanoff.ru/rus/OZHWEB.htm#>.

O. Usacheva

LOOKING AT THE GENRES OF WEB-COMMUNICATION

Abstract: The subject-of the article is the nature of web-communication stereotypical forms, traditionally called “genres”. The analysis of such notions as “speech / communicative genre”, “communicative situation”, “communicative event” gives the author good grounds for introducing the notion of “format” which empties some particular extra linguistic conditions affecting the process of discourse producing.

Key words: stereotype forms, web-communication, genre, discourse, format.

УДК 81'342.7

Фадеева Т.М.

СЛОЖНЫЙ ЭПИТЕТ В ЯЗЫКЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ КЛАССИЦИСТОВ*

Аннотация: В статье рассматриваются структурные особенности и функциональное поле сложных эпитетов, являющихся ключевыми словами в жанрах высокого стиля русской литературы XVIII в. Интересным представляется подход автора к осмыслению проблематики сложного эпитета – знаковой фигуры классицизма как литературного направления XVIII в., а также установление места и роли сложного эпитета в одических произведениях русской литературы.

Ключевые слова: сложный эпитет, язык классицистов, жанр оды, усеченные прилагательные.

Формирование классицизма сыграло в истории развития русского литературного языка, безусловно, значимую роль. Требования, предъявляемые классицистами к содержательной стороне изображаемого, не могли не отразиться на языковых средствах, ее реализующих. Стремление представителей данного направления придать языку своих произведений, прежде всего

* © Фадеева Т.М.