

УДК 82:004.738.5+316.772.5

## **О ЖАНРОВОМ РАЗНООБРАЗИИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММУНИКАЦИИ**

**А.В. Палкова**

Тверской Государственный Университет, Тверь

Статья посвящена рассмотрению жанрового своеобразия электронной / компьютерно-опосредованной коммуникации. Рассматриваются терминологические проблемы, связанные с номинацией данной формы коммуникации, и различные критерии классификации виртуальных жанров.

**Ключевые слова:** *электронная коммуникация, виртуальное жанроведение, компьютерный дискурс, медиолект.*

Электронная коммуникация:  
терминологические проблемы

В настоящее время в Интернете происходит активное развитие новых форм коммуникации. Из технического объединения компьютерных сетей Интернет давно превратился в социальное пространство для глобальной коммуникации, где, по словам Е.И. Горошко, активно развивается «кликающая» / «интерфейсная» культура [1].

Для описания феномена общения посредством компьютера, в частности в Интернете, обозначаемого в английском языке *computer-mediated communication*, существуют следующие термины (цит. по [14]):

- с базовым термином *коммуникация*: *электронная коммуникация, Интернет-коммуникация, компьютерно-опосредованная коммуникация, виртуальная коммуникация, компьютерная коммуникация, сетевая коммуникация,*
- с базовым термином *дискурс*: *компьютерный дискурс, сетевой дискурс, виртуальный дискурс, Интернет-дискурс, электронный дискурс, компьютерно-медийный дискурс.*

Многие из указанных выше терминов используются как синонимы, однако, по мнению И.Н. Розиной, вариант *компьютерно-опосредованная коммуникация / КОК* является наиболее удачным, поскольку он максимально точно характеризует основной объект исследования – коммуникацию, сохраняя формальную близость к исходному англоязычному термину и соединяя в себе наиболее важные для понимания термина слова (*компьютер, среда, коммуникация*) [10].

В отношении употребления базовых понятий «коммуникация» и «дискурс» Е.И. Горошко [2] подчёркивает, что термин *дискурс* чаще употребляется в исследованиях, где изучается более деятельностная

сторона общения через компьютер, тогда как термин *коммуникация* употребляется чаще в исследованиях, посвящённых выяснению влияния технологий на коммуникативный процесс и их последствий. Л.Ю. Щипицина предлагает говорить об устной, письменной, печатной, компьютерно-опосредованной формах коммуникации, которые обслуживают персональный, научный, деловой, медицинский и другие виды дискурсов [14].

Е.И. Горошко [2], вслед за Е.А. Земляковой, отмечает, что понятия «электронная», «компьютерная» и «интернет-коммуникация» связаны между собой гиперо-гипонимическими отношениями. В этом контексте *электронная коммуникация* представляет коммуникативное взаимодействие, опосредованное электронным каналом. Этот термин именуется наиболее широкое понятие, включающее в себя понятие «компьютерная коммуникация» – коммуникативное взаимодействие, осуществляемое с помощью компьютера, в предметную область которого входит понятие «интернет-коммуникация» – вербальное и невербальное взаимодействие коммуникантов в сети Интернет [4, с. 8–9].

Базовыми, конститутивными характеристиками компьютерно-опосредованной коммуникации с лингвистической точки зрения выступают следующие категории: электронная форма существования текста, гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность, синхронность/асинхронность, вариативность количества и эксплицированности коммуникантов [14, с.59].

Следует отметить, что современные западные теории при описании форм реализации языка все чаще прибегают к обозначениям *Medium, medial, Medialität* (от лат. *medium* «Mitte») – медиум, медиальный, медиальность [11]. При этом некоторые исследователи обращаются к теории концептуальной и формальной устности / письменности П. Коха и В. Эстеррайхера [19], разработанной для характеристики языкового общения вообще и применённой к исследованию общения в Интернете.

Если к изучению компьютерно-опосредованной коммуникации применить модель разновидностей национального языка Г. Леффлера [20], то феномен КОК можно рассматривать как медиолект, т.е. медийную разновидность национального языка, выявляемую на основе специфического канала речи и обнаруживающую специфические фонетико-графические, лексические и грамматические признаки, а также изменения в семантической и синтаксической организации текста по сравнению с традиционным (печатным) текстом [15]. Однако Л.В. Самуйлова полагает, что сама процедура выделения медиолекта (в основе своей явления чисто языкового) и постановка его в один ряд с разновидностями отчетливой социальной маркированности не может быть признана абсолютно корректной. Медиумы – устный и письменный – по определению интерлектальны. Они не ограничиваются рамками

одного какого-либо лекта, а пронизывают всю сферу ситуационально-социального общения [11]. В то же время интересным и перспективным может оказаться исследование специфики реализации в данном медиолекте других «лектов»: функциональных, социальных, гендерно-возрастных и др. Важную роль при таком лингвистическом описании играет жанровая дифференциация компьютерно-опосредованной коммуникации.

#### Виртуальное жанроведение

Е.И. Горошко отмечает, что коммуникативное пространство Интернета стало своеобразной жанропорождающей средой. Этот факт стимулирует как развитие традиционного жанроведения, так и появление новой теории виртуального / цифрового жанроведения, под которым понимается «лингвистическое направление, изучающее особенности возникновения и функционирования в сети Интернет виртуальных жанров» [1; 3]. К настоящему моменту уже уместно говорить о возникновении жанровой экологии Интернета – новой проблемной области в жанроведении, изучающей систему и структуру цифровых жанров [1].

Эта область привлекает внимание многих отечественных и зарубежных лингвистов [1–3; 5–7; 9; 16–18; 21; 22]. Но в терминологической системе данного направления отсутствует единый термин для обозначения «виртуального / электронного / дигитального / цифрового / сетевого жанра». По словам Е.И. Горошко, понятие «электронный жанр» выступает гиперонимом по отношению к понятию «виртуальный жанр», поскольку оно затрагивает не только коммуникацию в Интернете, но и коммуникацию, например, с помощью мобильных телефонов и т.п. [3].

Основываясь на классической дефиниции жанра М.М. Бахтина, Л.Ю. Щипицина дает такой определение жанру компьютерно-опосредованной коммуникации: это типовая модель речевого действия в сфере компьютерно-опосредованной коммуникации, реализуемая с помощью устойчивого типа текста [13].

Вопрос о выделении коммуникативных жанров актуален и для немецких лингвистов. К. Дюршайд также подчеркивает отсутствие терминологического единства в данной области и отмечает, что коммуникативные формы / формы коммуникации (Kommunikationsformen) устанавливают внешние рамки для процесса коммуникации, а коммуникативные жанры (kommunikative Gattungen) представляют собой конструируемые в процессе коммуникации образцы поведения (Handlungsmuster). Так, чат в целом рассматривается как форма коммуникации, в рамках которой существуют различные коммуникативные жанры, например, развлекательные чаты на свободную тему без модерации или чаты с экспертами на заданную тему с установленной структурой вопросов, ответов и комментариев [17].

В этой связи возникает вопрос о соотношении понятий «средства коммуникации» (Kommunikationsmedien) и «формы коммуникации» (Kommunikationsformen). У. Шмитц пишет, что средства массовой информации, например, радио, телевидение, Интернет, являются средствами коммуникации, их технические параметры обуславливают существование определённых коммуникационных форм (например, радиопередача) [21, с. 57]. При этом особенность медийно-обусловленной коммуникации в сравнении с коммуникацией лицом к лицу заключается в том, что дистанция (пространственная и временная) между коммуникантами преодолевается с помощью технических средств (телефон, Интернет и т.п.). Увеличение популярности электронной коммуникации позволяет говорить о появлении новых форм компьютерно-опосредованной коммуникации: «screen-to-screen» по аналогии с «face-to-face» [8, 16].

#### Критерии классификации виртуальных жанров

О.В. Лутовинова [6, с. 287–288] предлагает описывать жанры с помощью ряда критериев, которые она определяет как «параметры организации коммуникации»: характер направленности на адресата (персональный – массовый); временная ориентация (синхронная / асинхронная); степень интерактивности (низкая – средняя – высокая); регламентированность (по форме и содержанию); принцип взаимодействия (один – на – один; один – многим).

К этим параметрам Е.И. Горошко и Е.А. Жигалина добавляют ещё и технологический параметр, поскольку коммуникация в сети Интернета в первую очередь опосредована компьютером и во вторую – программами, использующимися при коммуникации. Именно возможности коммуникативных сервисов во многом определяют те или иные особенности коммуникации, осуществляемой с их помощью и без которых эта коммуникация вообще была бы просто невозможна [3].

В работах Л.Ю. Щипициной [13] предлагается выделение виртуальных жанров на основании комплекса следующих параметров: прагматические (Зачем? Кто? Кому? Где?); медийные (Чем? С помощью какой компьютерной программы?); структурно-семантические (Что? В каком порядке?); стилистико-языковые (Как? С помощью каких языковых средств?).

Л. Ю. Щипицина выстраивает свою классификацию виртуальных жанров на базе функциональной классификации типов текстов В. Хайнеманна и Д. Фивегера в зависимости от коммуникативных функций интернет-общения, добавив развлекательную функцию. Данная система включает шесть типов виртуальных жанров:

1) *информативные* жанры, используемые для предъявления или получения информации (например, веб-страницы новостных агентств и

сетевых СМИ, поисковые системы, онлайн-энциклопедии, каталоги, электронные библиотеки и архивы);

2) *директивные* жанры, которые призваны побудить адресата осуществить какое-либо действие (веб-реклама, коммерческие и частные объявления, интернет-магазины и аукционы);

3) *коммуникативные* жанры, удовлетворяющие потребности в общении и соблюдения этикетных норм (чат, электронные письма, форумы, социальные сети);

4) *презентационные* жанры, служащие для самовыражения и представления данных о себе или своих произведениях (личные веб-страницы, веблоги);

5) *эстетические* жанры, основная цель которых реализация художественно-творческого потенциала и эстетическое воздействие на партнеров с помощью создания мнимой реальности (сетевой роман, фанфикшн);

6) *развлекательные* жанры, основной целью которых является получение удовольствия от выполнения определенных коммуникативных действий (многопользовательские миры и игры) [13].

Е.И. Горошко и Е.А. Жигалина для более точного и полного отображения специфики сверхсложной многоуровневой жанровой системы Интернета выделяют три основных пласта: гипержанры, жанры и субжанры (с возможным дальнейшим делением на жанроиды). К гипержанрам интернет-коммуникации, по мнению авторов, относятся: сайт, блог, социальная сеть, электронная библиотека. Интернет-жанрами являются электронное письмо, форум, чат, доски объявлений, рекламные баннеры, коммуникация с помощью программ мгновенного обмена сообщениями, виртуальная конференция, пост, или заметка автора, комментариев. Данная классификация может быть дополнена многочисленными интернет-субжанрами. Так, в гипержанре блога можно выделить субжанры постов и комментариев [3].

А.А. Селютин [12] предлагает разделить жанры на канонические и неканонические. Интернет как коммуникативная среда формируется на основании уже существующих «канонических» платформ – различных текстовых вариаций, присущих сфере реального общения (жанр рекламы, жанр новостей и т. д.). Изменяя формат подачи материала, интернет-среда тем не менее сохраняет особенности жанровой реализации подобных текстовых сегментов. Однако, будучи особой средой общения, Интернет вводит ряд новых – неканонических – жанров, к которым можно отнести ICQ, чат, форум, социальные сети, сетевые игры и т. д. По мнению автора, одной из ключевых особенностей интернет-коммуникации, характеризующих её «неканоничность», является стремление к сближению письменной и устной форм речевого общения. Таким образом, опираясь на различные жанры устного комму-

никативного процесса, Интернет формирует устно-письменные жанры со своими характерными особенностями, логично изменяя уже существующее в соответствии с форматом общения.

Е.И. Горошко подчёркивает, что проблема жанра интернет-коммуникации чрезвычайно сложна и многоаспектна. Виртуальные жанры ещё не оформились окончательно, они динамичны и будут развиваться и видоизменяться столь долго, сколь долго будут развиваться и совершенствоваться сами интернет-технологии. При этом на эволюцию интернет-жанров и коммуникативного пространства Интернета в целом сильно повлияло появление технологий Веб 2.0 [3].

### **Список литературы**

1. Горошко Е.И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии [Электронный ресурс] / Е.И. Горошко // Жанры речи : сб. науч. ст. – Саратов : Изд. центр «Наука», 2009. – Вып. 6: Жанр и язык. – С. 11–27 / URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=206> – Дата обращения: 25.09.2012. – Загл. с экрана.
2. Горошко Е.И. Современные интернет-коммуникации: структура и основные характеристики [Электронный ресурс] / Е.И. Горошко // Интернет-коммуникация как новая речевая формация. – М. : Наука ; Флинта, 2012. – С.9–52 / URL: <http://www.textology.ru/article.aspx? aId=232> – Дата обращения: 25.09.2012. – Загл. с экрана.
3. Горошко Е.И., Жигалина Е.А. Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное [Электронный ресурс] / Е.И. Горошко, Е.А. Жигалина // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. – Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Том 24 (63). – №1. – Ч.1. – С. 105–124 / URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=223> – Дата обращения: 25.09.2012. – Загл. с экрана.
4. Землякова Е.А. Лингвостилистические характеристики жанра англоязычного корпоративного блога [Текст] : автореф. ... дис. канд. филол. наук: 10.02.04 / Е.А. Землякова ; Харьк. нац. ун-т им. В. Н. Каразина. – Харьков, 2010. – 21 с. – На правах рукоп.
5. Компанцева Л.Ф. Интернет-коммуникация: когнитивно-прагматический и лингвокультурологический аспекты [Текст] / Л.Ф. Компанцева. – Луганск : Знание, 2007. – 444 с.
6. Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса [Текст] / О.В. Лутовинова. – Волгоград : Изд-во ВГПУ «Перемена», 2009. – 477 с.
7. Макаров М.Л. Жанры в электронной коммуникации quo vadis? [Текст] / М.Л. Макаров // Жанры речи. – Вып. 4: Жанр и концепт. – Саратов : «Колледж», 2005. – С. 336–352.
8. Палкова А.В. «Multimediu» интернет в контексте развития средств массовой информации и коммуникации [Текст] / А.В. Палкова // Вестник Тверского государственного университета. – Серия «Филология». – 2012.

- № 10. – Вып. 2 «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – С. 110–117.
9. Рязанцева Т.И. Гипертекст и электронная коммуникация [Текст] / Т.И. Рязанцева. – М. : Из-во ЛИКИ, 2010. – 256 с.
  10. Розина И.Н. Теория и практика компьютерно-опосредованной коммуникации в России: состояние и перспективы [Электронный ресурс] / И.Н. Розина / URL: [http://www.russcomm.ru/rca\\_biblio/r/rozina\\_03.shtml](http://www.russcomm.ru/rca_biblio/r/rozina_03.shtml) – Дата обращения: 25.09.2012. – Загл. с экрана.
  11. Самуйлова Л.В. Формы дифференциации языка в аспекте устности [Текст] / Л.В. Самуйлова // Вестник Тверского государственного университета. – Серия «Филология». – 2007. – № 12(40). – Вып. 7 «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – С. 65–79.
  12. Селютин А.А. Актуальность использования термина «канон» для исследования жанрового своеобразия интернет-коммуникации [Электронный ресурс] / А.А. Селютин // Вестник Челябинского государственного университета. – Филология. Искусствоведение. – Вып. 42. – 2010. – № 11 (192). – С. 119–123 / URL: <http://www.lib.csu.ru/vch/192/024.pdf> – Дата обращения: 25.09.2012. – Загл. с экрана.
  13. Щипицина Л.Ю. Комплексная характеристика жанра компьютерно-опосредованной коммуникации (на примере веб-страниц новостных агентств) [Электронный ресурс] / Л.Ю. Щипицина / URL: <http://www.pags.ru/science/conferences/E-Conference/Shipitina.doc> – Дата обращения: 25.09.2012. – Загл. с экрана.
  14. Щипицина Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа [Текст] / Л.Ю. Щипицина. – М.: Красанд, 2010. – 296 с.
  15. Щипицина Л.Ю. Стилистико-языковой и жанровый подходы к изучению компьютерно-опосредованной коммуникации [Электронный ресурс] / Л.Ю. Щипицина // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. Вып. 29. – 2009. – № 5 (143). – С.155–161 / URL: <http://www.lib.csu.ru/vch/143/028.pdf> – Дата обращения: 25.09.2012. – Загл. с экрана.
  16. Dürscheid, C. E-Mail – verändert sie das Schreiben? [Текст] / C. Dürscheid // Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet / Hrsg. von T. Siever, P.Schlobinski, J. Runkehl. – Walter de Gruyter, Berlin, New York. – 2006. – S. 85–98.
  17. Dürscheid, C. Medien, Kommunikationsformen, kommunikative Gattungen [Электронный ресурс] / C. Dürscheid // Linguistik online 22. – Электрон. журн. – 1/05 / URL: [http://www.linguistik-online.de/22\\_05/duerscheid.html](http://www.linguistik-online.de/22_05/duerscheid.html) – Дата обращения: 25.09.2012. – Загл. с экрана.
  18. Herring, S.C. A Faceted Classification Scheme for Computer-Mediated Discourse [Электронный ресурс] / S.C. Herring // Language@Internet. – Электрон. журн. – 2007. – Nr. 4. Article 1. – S. 1–37 / URL: [http://www.languageatinternet.de/articles/2007/761/index\\_html/](http://www.languageatinternet.de/articles/2007/761/index_html/) – Дата обращения: 25.09.2012. – Загл. с экрана.
  19. Koch, P., Oesterreicher, W. Schriftlichkeit und Sprache [Текст] / P. Koch, W. Oesterreicher // Schrift und Schriftlichkeit. Ein interdisziplinäres Handbuch in-

- ternationaler Forschung. / Hrsg. von H. Günther u. O. Ludwig. – Berlin ; New York. – 1994. – S. 587–604.
20. Löffler, H. Germanistische Soziolinguistik [Текст] / H. Löffler. – Berlin : Erich Schmidt Verlag, 1994. – 233 S.
  21. Schmitz, U. Sprache in modernen Medien. Einführung in die Tatsachen und Theorien, Themen und Thesen [Текст] / U. Schmitz. – Berlin : Erich Schmidt Verlag, 2004. – 220 S.
  22. Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet [Текст] / Hrsg. von T. Siever, P. Schlobinski, J. Runkehl. – Berlin ; New York : Walter de Gruyter, 2006. – 331 S.

## **ABOUT GENRE VARIETY OF ELECTRONIC COMMUNICATION**

**A.V. Palkova**  
Tver State University, Tver

This paper is devoted to the genre variety of computer-mediated communication. It focuses on terminological problems related to the nomination of this communication form, as well as different criteria of virtual genre classification.

**Keywords:** *electronic communication, computer-mediated communication, virtual genre, computer discourse, mediolekt.*

*Об авторе:*

ПАЛКОВА Анна Викторовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры немецкого языка Тверского государственного университета, e-mail: [anna\\_sap@rambler.ru](mailto:anna_sap@rambler.ru)