

Ахренова Наталья Александровна

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ МИКРОБЛОГОВ

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2011/9/39.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2011. № 9 (52). С. 119-122. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2011/9/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

ЯЗЫКОЗНАНИЕ И ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ

УДК 80; 81-2

Наталья Александровна Ахренова

Московский государственный областной социально-гуманитарный институт

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ МИКРОБЛОГОВ[©]

В последнее время коммуникативное пространство Интернета стало своеобразной жанропорождающей средой, которая способствовала возникновению новых жанров, свойственных только этой информационной среде.

Согласно определению М. М. Бахтина жанр это «...устойчивый тип текста, объединенный единой коммуникативной функцией, а также сходными композиционными и стилистическими признаками» [1]. Очевидно, что с помощью системы жанров определенным образом упорядочивается наше общение и производимый человеком текст в любой его форме (устной, письменной, электронной).

В Западной лингвистической традиции концепция жанров выстраивается в рамках дискурсивного анализа и развивается по трем основным направлениям: жанр рассматривается как речевой регистр, а также исследуется в рамках интеракционалистского и функционального подходов [9].

В российском же языкознании в последнее время развивается подход к видению электронного (дигитального - *Е. И. Горошко*) жанра как лингвофилософской категории и рассмотрение его как модифицированного речевого жанра. При этом теория речевых жанров берется за основу интерпретации Интернет-дискурса [5]. Параллельно осуществляется изучение электронного жанра с позиции когнитивно-прагматических основ создания виртуальной личности [Там же].

Сегодня наиболее значимыми факторами, влияющими на электронный жанр в Интернете, стали *гипертекстуальность* и *интерактивность* среды [3]. Также на жанр, бесспорно, влияют технические возможности Интернета в передаче и обновлении информации, и возможности в создании креолизованных текстов (аудиовизуальных текстовых элементов), которые «предоставляет» также только эта среда; мультимедийное оформление; временной параметр передачи информации (синхронность/асинхронность коммуникации); жанр может напрямую быть связан с фактором читателя текста или способом его прочтения (линейное (различия между бумажным и электронным жанром сводятся к минимуму) и нелинейное прочтением гипертекста; навигационный и обычный (линейный)) [11]. Однако на принадлежность к тому или иному жанру также влияет и характер содержащихся в тексте гиперссылок (внутренних или внешних). Если в тексте навигация осуществляется только по внутренним гиперссылкам, то влияние на жанр такое же, как и в случае линейного прочтения текста. Ряд ученых говорит о целесообразности введения в теорию виртуальных жанров понятий читатель-обыватель и читатель-навигатор [8]. Таким образом, все документы Интернета могут быть упорядочены в зависимости от способа прочтения текста читателем и характера гиперссылок. При этом позиции читатель - навигатор могут в Сети постоянно меняться. Итак, к факторам, влияющим на жанр, коммуникативная среда Интернет добавляет два дополнительных параметра: характер гиперссылки и характер прочтения гипертекста. Можно предположить, что свойства среды влияют как на цели, так и формы электронных жанров, и это необходимо учитывать при построении их классификации [Ibidem]. Однако высказанное мнение некоторыми исследователями оспаривается. Так, Йетс с соавторами считает, что «Жанры взаимодействуют со средой, и в результате этого взаимодействия формируется коммуникативная цель» [14].

На наш взгляд наиболее удобный для филологического анализа являются классификации электронных жанров, предложенные Д. Кристаллом и Л. Ю. Ивановым, так как они обладают набором конструктивных жанровых признаков.

Так, профессор Кристалл выделяет пять жанров или основных ситуаций использования Интернета (broad Internet-using situations): электронная почта, синхронные и асинхронные чаты, включая BBS (*bulletin board system* - электронная доска объявлений), виртуальные миры (MUDs), Всемирная паутина [10].

Каждая из четырех ситуаций использования Интернета обладает собственными языковыми особенностями. Так, например электронные письма имеют свою композиционную структуру: титульная страница содержит сведения об отправителе письма, тему письма, текст письма, указания на приложения, если они есть, дату отправки письма.

Более того, внутри жанров складываются новые жанры и поджанры. Одним из примеров нового специфического поджанра, сложившегося в рамках, в основном чатов, является эротическое киберпространство и язык, обслуживающий этот жанр, который проф. Л. М. Борисова называет языком любовных Интернет-посланий или языком «соблазна» в Интернете [2].

Интересный анализ теории речевых жанров в приложении к Интернету содержится в работе Л. Ю. Иванова [4]. В своей классификации Л. Ю. Иванов предлагает выделять следующие жанры:

1. Общеинформационные жанры или жанры новостей. СМИ в Интернете разделяются на имеющие традиционные «бумажные» аналоги и на собственно сетевые СМИ, которые на бумаге вообще не издаются.

2. Научно-образовательный и специальные информационные жанры (электронные научные и учебные издания, интерактивные учебные курсы, виртуальные факультеты и университеты и т.д.).

3. Художественно-литературные жанры присутствуют в Интернете во всем своем разнообразии. Пополнение происходит, в основном, за счет традиционных литературных произведений, которые были опубликованы на бумаге, а затем перенесены в Сеть, но существует и ряд писателей, пишущих лишь в Интернете.

4. Развлекательные жанры Интернета. Среди них - жанры, объединенные юмористической или эротической направленностью.

5. Жанры, оформляющие неспециальное, непрофессиональное общение. Это, прежде всего, всевозможные дискуссионные группы, чаты или *IRC* в *MUD*. К жанрам, оформляющим неспециальное общение, относятся также гостевые книги, письма электронной почты, избранные почтовые рассылки, социальные сайты и др.

6. Деловые и коммерческие жанры (профессиональные и непрофессиональные коммерческие доски объявлений, аналитические обзоры рынков и отраслей, информационные письма, информация на сайтах крупных компаний (корпоративных сетей), имеющая не только рекламный, но и технический и познавательный характер, баннеры).

Также Л. Ю. Иванов предлагает разделить жанры на исконно сетевые, т.е. порожденные самим использованием языка в сети (чаты и дискуссионные группы), и заимствованные Интернета из других сфер общения (аннотации научно-технических статей или передовицы электронных СМИ).

Наиболее характерные особенности языка Интернета исследователи выделяют как раз на базе исконных сетевых жанров. Именно в них наиболее полно реализуются языковые новации. На базе их изучения проще выявляются возможные направления воздействия языка Интернета на общелитературный язык. В заимствованных жанрах Сети определить различия труднее. Отдельные заимствованные жанры могут почти не отличаться друг от друга в виртуальном и «бумажном» варианте. Особенности таких жанров часто продолжают определяться, в первую очередь, не столько фактом их бытования в Интернете, сколько той функциональной разновидностью языка или сферой общения, из которой они перешли в Интернет. Некоторые из заимствованных жанров тяготеют к разговорной речи, сленгу или жаргону, другие обладают признаками специальных языков, третьи принадлежат языку художественной литературы.

Сегодня в Интернете зародился и стремительно развивается новый жанр Интернет-дискурса, который в классификации Л. Ю. Иванова можно отнести к исконно сетевым, оформляющим неспециальное, чаще всего непрофессиональное общение - это жанр блога. Блог (сокращение от *web log*) чаще всего определяется следующим образом - Интернет-дневник, персональный хронологический журнал мыслей пользователя, публикуемый на веб-странице. В мире на сегодняшний день существует более пятидесяти миллионов блогов, а в Рунете действует более миллиона двухсот тысяч блогов. Структурно блог состоит из основного сообщения (поста) вокруг которого разворачивается дискуссия и комментариев к нему. Блоги ведутся на следующих блог-хостингах: *Livejournal.com*, *MySpace*, *Blogs@mail.ru* и т.д. В последние годы появилось большое количество корпоративных блогов, которые ведутся работниками компаний и в них обсуждают особенности жизни той или иной организации. В блогосфере в последнее время популярным становится использование подкастов (гибрид слов *iPod* и *broadcasting*). Таким образом, вместо текстовых записей и фотографий подкастеры создают звуковые файлы различной длительности. Чаще всего это своеобразный микс музыки, звуковых спецэффектов и речи автора.

Внутри жанра блога можно выделить поджанр микроблога - это форма блогинга, которая позволяет пользователям писать короткие заметки, расположенные в обратном хронологическом порядке и публиковать их; каждое такое сообщение может быть просмотрено и прокомментировано зарегистрированным пользователем в режиме чата. Эти сообщения могут быть переданы различными способами, включая такие как текстовые сообщения, мгновенные сообщения, электронная почта [13]. Микроблогинг стремительно ворвался в блогосферу и начал не менее стремительно развиваться с появлением Твиттера. Несмотря на большое количество аналогов Твиттера (*Digg*, *Pownce*, *Folkstr*, *Tumblr*, *Plurk*, *mail.ru*, *mblogi.qip.ru*, *rutvit.ru*, *juju.ru*, *friendfeed.ru* и т.д.), именно Твиттер уже более пяти лет удерживает первенство в сфере микроблогинга. Аккаунты на Твиттере есть у большинства «профессиональных» блоггеров, актеров, телевизионных ведущих (блог Тины Канделаки является одним из наиболее посещаемых), других знаменитостей и даже политиков. Достаточно вспомнить, что президенты Российской Федерации Дмитрий Анатольевич Медведев и Соединенных Штатов Америки Барак Обама ведут свои микроблоги, губернаторы некоторых регионов России и бывший губернатор Калифорнии Арнольд Шварценеггер являются активными участниками обсуждений в Твиттере. Твиттер используется чаще всего для чтения новостей с последующим их обсуждением; обмена личными новостями и т.д.

При этом микроблоги не являются конкурентами или заменой блогов, как считают многие исследователи. Это, скорее всего, дополнение к блогам, созданное для того, чтобы не отягощать их короткими постами (100-200 символов). Частота обновления микроблога как правило выше, чем у обычных блогов, а, соответственно, интерактивность микроблога выше, чем у блога [12].

Содержание микроблога, как и содержание традиционного блога является его важной характеристикой. Микроблоги также можно классифицировать по темам содержания, медийности, по форме, по особенностям рефлексивных и коммуникативных процессов.

За пять лет своего существования Твиттер как один из наиболее ярких примеров микроблогов развил свой собственный язык *twitspeak*, живет по своим законам или этикету - твититкету, имеет свою уникальную

структуру. Основными характерными чертами микроблогов можно считать реализацию тенденции к разговорности, и вследствие этого употребление языковых элементов неформального общения (разговорных слов и выражений, обращений по нику, вопросительных и восклицательных предложений, эллиптических конструкций, использования большого количества кратких форм и т.д.). Сейчас можно говорить о том, что основной чертой микроблога является самый высокий среди всех жанров Интернет-дискурса уровень разговорности, главными признаками которой являются спонтанность, неофициальность, диалогичность, ситуативная закреплённость, тенденция к краткости и экспрессивности. Именно своеобразная диалогичность позволяет автору поста заранее быть уверенным в незамедлительном получении нужного ему ответа от адресата. Этот диалогический характер электронных сообщений обуславливает их неформальную организацию, имитирующую разговорную спонтанную речь. Для компенсации отсутствия вербальных средств выражения эмоций используются смайлики и различные анимационные эффекты, предложенные разработчиками интерфейса.

Микроблог также может рассматриваться как жанр Интернет-дискурса, который характеризуется многими технологическими факторами: синхронность, постоянство записей, размер буфера сообщений, канал коммуникации, возможность анонимного общения, обмена личными сообщениями, фильтрация и цитирование сообщений.

Основная функция микроблога коммуникативная, функция самопрезентации, развлечения, сплочения и удержания социальных связей, а также немаловажная для современного общества психотерапевтическая функция.

Как и любой другой жанр Интернет-дискурса, микроблог имеет ряд индивидуальных лингвистических характеристик.

Традиционно необходимо в первую очередь обратить внимание на словообразовательные особенности общения в микроблогах.

Аффиксация, широко распространенная в образовании Интернет-лексем, активно используется для образования новых слов в данном виде общения в Сети. Например, отрицательный префикс *de-* со значением *removal, separation, negation, descent, reverse action* часто присоединяется к существительным, например: *deTweet* - удалить сообщение, *defollow* - удалить кого-то из ленты друзей (по аналогии с глаголом *defriend*, который используется в *Facebook*). Иногда вместо префикса *de-* употребляется префикс *un-* с тем же значением, что и *de-*, ср.: *unfollow* - *to remove someone from their list of friends*.

Префикс *re-* со значением «назад», «снова», «ещё раз» нередко порождает новые слова, например, *retweet* - поделиться понравившимся сообщением со своими друзьями, *refollow* - снова добавить в ленту друзей человека, которого до этого удалили.

Для образования новых слов используются и другие аффиксы, например *mis-* (*mistweet* - сообщение, об отправке которого, вы жалуете), *co-* (*co-twitterer* - ваш собеседник в Твиттере), *-less* (*techless* - не имеющий возможности выйти в Твиттер из-за отсутствия доступа к Интернету, ср.: *Being a tech addict, I found it tough being techless, while vacationing on the beach*), *-ish* (*Twitterish* - связанный с Твиттером, имеющий отношение к Твиттеру) [6].

Следующий, некогда незаслуженно забытый способ словообразования, бленд благодаря Интернет-коммуникации получил сегодня новую жизнь и очень часто употребляется для формирования новых слов в процессе общения в микроблогах. Например: *twaffic* (Twitter + traffic); *twoops* (twitter + oops); *twype* (twitter + type); *pwrtu* (party + Twitter); *twerk* (Twitter + work); *Twart* (Twitter + Art) и т.д.

В ходе исследования лексики Твиттера мы не можем не согласиться с мнением доцента О. В. Обуховой, что самым частотным словом, участвующим в порождении слов-блендов, является *Twitter*, т.е. название самой популярного микроблога [Там же].

Так как общение в микроблогах характеризуется высокой степенью разговорности и, как результат, эмоциональностью, мы можем встретить большое количество жаргонизмов и сленгоидов. Например: *Bamf!* (*to mark their final utterance when living a live group (the word is from the X-Men)*); *Go offline, drill down*.

Замена слов, выражающих эмоции восклицательными и вопросительными знаками. Так восклицательный знак означает радость либо, наоборот, возмущение, а вопросительный - удивление.

Например, экспрессивное отношение к чему-либо или акцентуация чего-либо может передаваться беспорядочным использованием пунктуации: !!!!! или F\$F\$%! Использование многоточия для выражения паузы (...).

Частым явлением в общении в микроблогах являются различного рода усечения.

Примерами таких усечений могут быть следующие слова: *bio* (biography) - поле в профиле, предназначенное для краткого описания своей личности; *fab* (fabulous), *fav* (favourite), *mil* (million).

Усечение второй части слова иногда используется с морфологическим формантом множественного числа: *docs* - от *documentation*, *computer's instruction manual*.

Усечение может сопровождаться добавлением суффиксов, характерных для неформальной лексики, ср. усеченную форму *techie* от *technician*, *addy* от *address*, *compu* от *computer*, *proggy* от *computer program*, *siggy* от *signature*.

Аббревиация - способ образования слов от других слов или словосочетаний путем сокращения [7].

Для Твиттера характерно использование аббревиатуры, нелитературной элизии, придающий предложению несвойственный вид:

Convos = *conversation*, *Da* = *the*, *Ppl* = *people*, *Plz* = *please*.

Другим ярким примером аббревиатур микроблогов являются цифровые аббревиатуры (*4* = *for*, *Gr8* = *great*, *W8* = *wait*, *2day* = *today*, *W00t* - междометие, обозначающее восторг); «звуковые» аббревиатуры (*R* = *are*, *U* = *you*, *RUOK* = *are you OK*); клавиатурные аббревиатуры (*sk%l* = *school*, *ki\$\$* = *kiss*, *c%l*=*cool*). Хотелось бы также отметить аббревиатуры, в которых при написании выбрасываются одна, две, а порой и все гласные буквы в слове (*eml* - *email*, *frnd* - *friend*, *abt* - *about*); конечно же, как и в других типах Интернет-

дискурса в микроблогах сокращаются целые предложения (*AWHIFY (Are we having fun yet?); HAND (Have a nice day); BTDT = Been there, done that*).

В ходе общения в микроблогах можно заметить и некоторые характерные для этого Интернет-жанра грамматические особенности:

- наличие вводных предложений (opening sentences): *The last time I tried....; Perhaps I should be clearer....;*
- использование риторических и *tag-questions* для выражения личного отношения и придания большей выразительности: *...we just can't afford it. Am I right?; ...this is just a waste of time, don't you think?;*
- паузы хезитации: *Um, er, erm;*
- употребление междометий: *Ugh, euugh, yikes, yipes;*
- пропуск слов, вспомогательных слов, нарушение согласования между членами предложения. Нарушение порядка слов в предложении, отсутствие инверсии в вопросах: *i fine = I am fine, me is 3I, you feeling better now?;*
- неправильное употребление прописных букв на письме (капитализация и декапитализация): *i don't know, how ya doin, i got enuf, thN = then, nEd = need.*

Говоря о синтаксических особенностях общения в Твиттере, необходимо отметить, что сообщение может содержать не более 140 символов. Поэтому в разговоре чаще всего используются простые, эллиптические (чаще восклицательные) предложения.

Это придает общению динамизм, ощущение реального разговора. Ограничение количества символов заставляет излагать свои мысли предельно лаконично, что положительным образом сказывается на информативности ленты новостей.

Характерной чертой синтаксиса языка является тенденция к аграмматизму, т.е. отклонению от синтаксических и пунктуационных норм литературного языка со стороны продуцента текста. Аграмматизм проявляется чаще всего в недостаточной или неверной расстановке знаков препинания и значительно реже - в расгласовании, нарушении формально-синтаксической связи между частями высказывания (анаколуфах) и различного рода обрывах (апозиопезах и прозипозах). Например: *take yo shoes off when yu walk in the house..!; deny deny deny !!*

Таким образом, приведенные факты показывают, что жанр микроблога достоин более детального изучения как речевого жанра и как жанра Интернет-дискурса, как средство выражения языковой личности, становления виртуальной личности. А также процессы, происходящие внутри этого жанра, являются подтверждением тезиса о становлении Интернет-лингвистики как отдельной отрасли современного языкознания.

Список литературы

1. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М.: Наука, 1979.
2. Борисова Л. М. Язык «соблазна» в Интернете // Языки в современном мире. М., 2004. Т. 1. С. 81-89.
3. Горошко Е. И. Теоретический анализ Интернет-жанров: к описанию проблемной области // Жанры речи: сборник науч. ст. Саратов, 2007. Вып. 4. С. 221-235.
4. Иванов Л. Ю. Язык интернета: заметки лингвиста // Словарь и культура русской речи. М.: Азбуковник, 2000.
5. Компанцева Л. Ф. Философия сети Интернет: школа Бернарда Лонергана и славянский опыт. Луганск: Знание, 2006. С. 293-318.
6. Обухова О. В. Тематическая дистрибуция неологизмов в современном английском языке // Молодой ученый. 2011. № 1. С. 143-148.
7. Розенталь Д. Э. и др. Словарь лингвистических терминов. М., 2008.
8. Askehave I., Nielsen A. E. What are the Characteristics of Digital Genres? Genre Theory from a Multi-Modal Perspective // Proceedings of the 38th Hawaii International Conference on System Sciences. 2005.
9. Breure L. Development of the Genre Concept [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cs.uu.nl/people/leen/GenreDev/GenreDevelopment.html>
10. Crystal D. Language and the Internet. Cambridge, 2001. 272 p.
11. Finnemann N. O. Hypertext and the Representational Capacities of the Binary Alphabet [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hum.au.dk/ckultur/f/pages/publications/nof/hypertext.htm>
12. <http://lurkmore.ru>
13. <http://ru.wikipedia.org>
14. Yates J., Orlikowski W. J., Okamura K. Explicit and Implicit Structuring of Genres in Electronic Communication: Reinforcement and Change of Social Interaction // Organization Science. 1999. Vol. 10. № 1. P. 83-117.

УДК 821.161.1

Елена Назимовна Бадалова
Астраханский государственный университет

КОНЦЕПТЫ «ДЕНЬГИ», «ОГОНЬ» КАК СОСТАВЛЯЮЩИЕ ОБРАЗА ПЕТЕРБУРГА В РОМАНЕ Ф. М. ДОСТОЕВСКОГО «ИДИОТ»[©]

Имя Достоевского в литературоведении неразрывно связано с городом на Неве. Н. П. Анциферов в своей работе «Душа Петербурга» даёт следующую оценку отношениям автор-город: «Жизнь города находится в