



## Интернет-текст как новый вид коммуникации

© А. В. НИКОЛАЕВА,  
кандидат филологических наук

В статье рассказывается о таком довольно новом явлении в нашей жизни, как интернет-текст, рассматриваются его основные экстралингвистические и лингвистические особенности.

*Ключевые слова: интернет-текст, блог-журналистика, коммуникация.*

The article describes the phenomenon of the online text, it discusses linguistic and extralinguistic of features.

*Key words: online text, communication, blog.*

Прежде всего вспомним о главных характеристиках текста. Текст – это законченный, оформленный грамматически речевой продукт, для которого необходимыми характеристиками являются такие категории, как осмысленность, содержательность и адресованность. Текст находится в сложных отношениях с окружающим культурным контекстом. Это не только сообщение, направленное от носителя информации к

аудитории, это отражение происходящих в обществе процессов, часть общего культурного контекста социума. Главная функция текста – коммуникативная.

А самое важное, что случилось за последние десятилетия в области коммуникации, – это появление Интернета, который представляет собой Глобальную или Всемирную единую информационную и коммуникативную систему. По данным Фонда общественного мнения, аудитория Интернета в России в 2015 году составила 76 миллионов человек. Являясь открытым коммуникативным пространством, Интернет оказывает огромное влияние на все сферы жизни общества.

Новое коммуникативное пространство, возникшее на базе Интернета, огромно и неоднородно, оно позволяет его пользователям стать участниками разных типов дискурса.

Кроме информационной и коммуникативной функций Интернет выполняет развлекательную функцию, предлагая пользователям веб-сайты, на которых можно найти различные игры, музыкальные файлы, художественную литературу.

Общение в Интернете происходит в блогах, форумах, дискуссиях на самых разных сайтах. Интернет-общение включено практически по все сферы нашей жизни. Даже средние школы сейчас перешли на интернет-оповещение родителей, ведут электронные журналы и т.п.

Мы можем разделить коммуникативное пространство Интернета, условно говоря, на официально-деловое и неофициальное. В границах «официального» пространства оказываются сайты и порталы социальных институтов, в поле «неофициального» попадает любое неформальное общение. Именно последнее нас и интересует, так как официально-деловое общение в Интернете мало чем отличается от делового общения и стилистики официальных документов в целом.

Ученые ведут нескончаемые споры о типологии сетевых жанров. Возникают дискуссии даже об объеме текста. Например, можно ли считать комментарии своеобразным продолжением авторского текста? Ведь именно в комментариях даются важные авторские пояснения, разворачивается дискуссия по теме. Многие читатели выбирают материал, ориентируясь на то, насколько активная дискуссия развернулась в комментариях. Чем больше откликов, тем лучше, по мнению читателя.

Интересно и то, что подавляющее количество текстов в виртуальном пространстве является информационным, событийным, то есть вполне может быть отнесено к СМИ. Особенно это относится к текстам, размещенным в блогах.

Блог (от Web Log – электронный журнал событий) – электронный дневник. В нем представлены личные тексты автора, при этом в них содержится призыв к читательской аудитории написать, что они думают по поводу обозначенной в тексте проблеме. Блог несколько напоминает

ет традиционную колонку обозревателя в печатных СМИ, но у блогера больше свободы в выборе темы, способах оформления материала.

Поводом к написанию текста в блоге может быть любое событие – факт из жизни автора или общеизвестное событие. Блого-текст, так же, как традиционный текст, рассчитан на публичное прочтение.

И нередко бывает так, что весьма обыденный случай из жизни блогера становится поводом для публичных дискуссий на самых разных площадках. Так, в Живом Журнале блогер pushba 10 октября 2015 года выложила историю о том, как она с родственниками не может поделить квартиру свекрови. В тему пришли многочисленные комментаторы. На следующий день этой истории была посвящена уже целая передача на радио «Маяк», а вечером того же дня эпизод рассматривался уже на ТВ, канале ОТР.

Блого-журналистика, то есть оповещение, информирование от имени частного лица, становится все более популярной. Заметим, что существует прямая зависимость текста от той площадки, на которой он базируется. В настоящее время самые популярные – это Твиттер, ВКонтакте, Фейсбук, Живой Журнал, Инстаграм (социальная сеть в фотографиях).

Виртуальный текст, без всякого сомнения, можно отнести к средствам массовой коммуникации, так как в процесс общения всегда вовлекается большая аудитория. Это происходит и в том случае, когда текст помещен в рамки личного блога. Законодательная база РФ подтвердила тезис о том, что блого-тексты – это журналистика, приняв 1 августа 2014 г. закон о блогерах (поправка в законе «Об информации, информационных технологиях и защите информации»). Закон дал определение слову *блогер*. Это владелец сайта или страницы сайта, где размещается общедоступная информация, которую просматривают более трех тысяч пользователей всемирной паутины в сутки.

Сегодня отмечается влияние языка Интернета на нашу речь во всех ее видах. Это усиление диалогичности (под влиянием форумов, чатов, интернет-конференций и т.п.). Развитие так называемой разговорной письменной речи (сокращения, простые предложения, экспрессивная лексика, непринужденность). Увеличение эмоционально окрашенной лексики в текстах. Так что можно говорить о том, что Интернет меняет наши представления о классическом тексте.

В свое время книгопечатание обогатило словарный запас языка и способствовало формированию норм письменной речи. Теперь Интернет не только дарит нам немало новых слов, но и способствует размыванию нормы. Некоторые лингвисты уже говорят о возникновении особого, «сетевого», языка, в котором мы видим огромное количество неологизмов, заимствований, графических средств выражения эмоций. Сокращается дистанция между автором и читателем.

Поэтому можно говорить о возникновении нового виртуального текста. Такой текст имеет свои особенности. Это открытое авторское «я»; использование формально письменного, но концептуально устного вида речи; смешение признаков коммуникации и публикации; компенсация эмоциональной недостаточности за счет графических приемов использования разного рода экспресsem; возможная анонимность; разные социальные роли одного автора; карнавалльно-игровой стиль изложения.

Кроме того, каждый участник виртуальной коммуникации является создателем не только своего текста, но и своего образа – *ника*, который, как правило, создается для привлечения внимания. Это игровые ники, в основе которых стилистически окрашенная лексика (*Жмурик*, *Чел*); прецедентные имена (*Мерлин*); ники, в которых обозначена мировоззренческая позиция автора (*Буддист*, *Агностик*); профессиональная соотнесенность (*Студент*).

Также средством самопрезентации автора служит *аватара* (*аватарка*), представляющая собой небольшую картинку, помещенную над ником.

Ник – аватара – название блога – эти надтекстовые образования, оказывающие влияние на текст в рамках данного блога, обращены к читателю.

Целью общения в Интернете бывает не только стремление высказаться или пообщаться, но и желание выплеснуть эмоции. Такая функционально обусловленная потребность нашла выход в использовании графических средств. Широко распространена графическая передача звуков и слогов цифрами: *Vare4ka*, *mi3ch,Onli4*. Используются пиктограммы (эмодиконы, смайлики), часть которых стала общеупотребительной: :) – улыбка; :( – грусть, сожаление о чем-то; о\_О – крайняя степень удивления.

Интернет-речь характеризуется также тенденцией к аббревиации: *клк* (как мне кажется), *спас* (спасибо), *имхо* (*in my humble opinion* – по моему скромному мнению); сокращением слов: *чел* (человек); использованием молодежного и компьютерного жаргона (*кинуть*, *оттянуться*, *бросить кости*, *кинуть на мыло*, *писать в личку*).

Среди множества изменений текстового целого, к которым привело появление интернет-общения, можно отметить реализацию диалогичности, о которой писал еще Бахтин: «Язык живет только в диалогическом общении пользующихся им. Диалогическое общение есть подлинная сфера жизни языка. Вся жизнь языка, в любой области его употребления (бытовой, деловой, художественной и других) пронизана диалогическими отношениями» [1]. В интернет-тексте эта диалогичность существует не только имплицитно, она нередко реализована посредством разных прямых вопросов, обращенных к читателю, и далее в полной мере проявляется в комментариях, которые являются продолжением текстового

целого. Это одно из главных отличий электронного текста от текста, воспроизведенного на бумаге.

Диалог в комментариях часто оказывается важнее самой информации в блоге, очень часто читатели обращаются к тексту только потому, что под ним много высказываний. Дискуссия после материала показывает, что тема востребована, интересна.

«Механизм взаимоотношения текста и аудитории основывается на напряженном взаимодействии. Слушатель постоянно стремится определенным образом идентифицировать текст со своей памятью. Текст же в свою очередь постоянно врывается в память и трансформирует ее. Диалог этот имеет напряженно-драматический характер и в предельном своем воплощении тяготеет к взрыву» [2]. Взрыв этот в пространстве Интернета имеет вполне вещественное воплощение и носит имя «холивар» (от англ. holy war – священная война). Холивар – жаркая, не всегда корректная дискуссия по теме, заявленной в тексте.

Свобода самовыражения личности в Интернете, анонимность пишущего, ориентированность на непосредственный диалог являются положительными факторами, позволяющими автору раскрывать свой творческий потенциал.

Можно сказать, что Интернет – это особый мир, чтобы ориентироваться в нем, необходимо освоить правила присутствия в этом пространстве.

### *Литература*

1. *Бахтин М.М.* Проблема речевых жанров // *Бахтин М.М.* Эстетика словесного творчества. М., 1979.
2. *Лотман Ю.М.* История и типология Русской культуры. СПб., 2002. С. 174–175.

*МГУ им. М.В. Ломоносова*