

Федеральное агентство по образованию
Государственное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
«Вятский государственный гуманитарный университет» (ВятГГУ)
Факультет Лингвистики

Особенности жанра интернет-блога

Курсовая работа

Выполнила:

Бардашевич Я. А.

Группа А – 51

Научный руководитель:

асс. Кряжевских Н. Н.

Киров 2011

Содержание

| | |
|--|----|
| Введение..... | 3 |
| Глава 1. Интернет-коммуникация..... | 6 |
| 1.1. Понятие интернет-коммуникации..... | 6 |
| 1.2. Жанры интернет-коммуникации..... | 16 |
| Выводы по 1 главе..... | 26 |
| Глава 2. Понятие блога..... | 27 |
| 2.1. История блога и его определения..... | 27 |
| 2.2. Классификация блогов..... | 30 |
| 2.3. Функции блога..... | 38 |
| 2.4. Структура блога..... | 39 |
| Выводы по 2 главе..... | 45 |
| Заключение..... | 46 |
| Библиографический список..... | 48 |

Введение

История Internet насчитывает более 35 лет. Начало этому феномену было положено в конце 60-х годов, когда Пентагон предложил ученым-специалистам по вычислительной технике разработать алгоритмы для обмена информацией неограниченного количества пользователей без участия компьютера, контролирующего работу сети, так как само существование главного компьютера и центрального пульта управления сетью, по мнению пентагоновских стратегов, делало ее слишком уязвимой в случае военного конфликта. В 1969 году, опираясь на новую тогда технологию пакетной коммутации, под эгидой Пентагона была создана сеть Arpanet. Заложенные в ней оригинальные технологические решения впоследствии были использованы в Internet [Павленко, 2003]. Сегодня можно говорить о том, что Интернет обладает не столько информационной функцией, сколько коммуникативной. Этот особый, виртуальный, тип коммуникации лежит вне временных и пространственных рамок и является одной из характерных особенностей виртуального пространства, которое представляет собой симуляцию реальных предметов, действий, отношений и институциональных форм. Ввиду всеобщей распространенности этого явления исследование различных видов коммуникации и коммуникативного пространства в сети Интернет становится остро **актуальным**. Интернет-коммуникация, будучи сложным и многогранным процессом, до сих пор является одной из наименее исследовательских областей лингвистического познания, несмотря на то, что за последние несколько лет появилось большое количество работ, посвященных отдельным аспектам виртуального коммуникативного пространства. Объем знаний требует систематизации и классификации [Макаров, 2005]. Данная исследовательская работа посвящена изучению блога как жанра интернет-коммуникации. В последнее время блоги потеснили домашние страницы и порталы, собирая вокруг себя все больше

активных пользователей, привлекаемых многими возможностями, обещаемыми администрацией сайтов.

Объектом исследования является электронная коммуникация, под которой понимается коммуникативное взаимодействие в глобальной сети Интернет.

Предметом исследования является блог как жанр интернет-коммуникации.

Целью исследования является комплексное изучение феномена блогов с точки зрения жанрового подхода. Для достижения цели исследования были поставлены следующие **задачи**:

- раскрыть термин «интернет-коммуникация»;
- изучить виртуальный дискурс;
- разработать понятие жанра;
- рассмотреть жанровое разнообразие интернет-коммуникации;
- дать определение блога;
- рассмотреть историю блогов, его структуру, виды, функции;

Научная новизна и теоретическая значимость данной работы состоят в углублении лингвистических знаний об интернет-коммуникации и блога как ее жанра. В работе даются объяснения понятий интернет-коммуникации, жанра, виртуального дискурса, а также их характеристики. Рассмотрено жанровое своеобразие интернет-коммуникации в соответствии с современными тенденциями развития сети Интернет. Отдельно и более подробно исследован жанр блога с точки зрения структуры дискурса и лингвистических особенностей его текстов.

Практическая часть работы представляет собой анализ блогов - одного из популярных на сегодня жанров интернет-коммуникации.

В процессе работы были использованы следующие **методы**: синтез, обобщение, классификация, интерпретация, анализ научной литературы по проблеме исследования и блогов.

Практическое значение исследования определяется возможностью использования теоретических результатов в преподавании курсов и спецкурсов по лингвистике текста, теории дискурса, жанроведения, Интернет лингвистике, в том числе в рамках межкультурной коммуникации.

Глава 1

1.1. Понятие интернет-коммуникации.

Информатизация является важнейшим фактором развития современного общества, оказывающим влияние на коммуникацию различных уровней, что привело к развитию инфосферы, главная цель которой – сделать информацию доступной различным категориям пользователей в удобное для них время и в любом месте. Следовательно, доминантным целям и ценностям в современном обществе соответствует потребность в информатизации [Андрианова, 2008]. Формирующееся информационное общество отличаются не только и не столько расширяющиеся возможности накопления и переработки информации, сколько новые формы коммуникации и их протекание через особое социальное пространство [Горошко, 2009: 14].

На данный момент можно уже говорить о формировании особой дисциплинарной парадигмы «Лингвистика Интернета». Это направление, возникшее в середине 90-х годов прошлого века на Западе, сейчас развивается достаточно быстро и динамично [Горошко, 2007].

В англоязычной научной парадигме для определения этого нового электронного языка используются различные термины: e-language, netlingo, e-talk, geekspeak, netspeak, weblish [Thurlow, 2001; Crystal, 2001] и т. д., а коммуникативное пространство его функционирования называют КОК (компьютерно-опосредованной коммуникацией). Однако следует заметить, что этот термин используется двояко, обозначая как функциональную разновидность языка, так и особую коммуникативную среду. На пост советском научном пространстве чаще употребляются термины язык Интернета [Трофимова, 2004], а КОК обозначается как электронная коммуникация, виртуальная, Интернет-коммуникация [Горошко, 2007; 2009] или же компьютерный или электронный дискурс [Галичкина, 2001]. Их употребление в основном определяется или дисциплинарными рамками (например, в социологии больше говорят об Интернет-коммуникациях, а в теории коммуникации и лингвистике – о КОК), или контекстуально,

(например, электронная коммуникация, помимо общения посредством Интернета, охватывает общение, осуществляемое с помощью других коммуникационных платформ, например средствами мобильной телефонии) [Иванов, 2003].

Исследовательским объектом лингвистики Интернета является электронная коммуникация, под которой понимается коммуникативное взаимодействие в глобальной компьютерной сети Интернет, а предметом исследования становятся лингвистически релевантные особенности электронной коммуникации на различных языковых уровнях: морфологическом, лексическом, синтаксическом, текстовом (на уровне текста или совокупности текстов), коммуникативном (уровне коммуникативной стратегии) и т. д. [Горошко, 2007].

В дисциплинах, изучающих общение в Интернете, обычно под интернет-коммуникацией понимается особая коммуникативно-информационная среда или коммуникативное пространство, опосредованное электронным коммуникативным каналом [Михайлов, 2004].

Интернет-коммуникация характеризуется следующими чертами:

1) Полифоничность: общение объединяет в себе огромное количество различных типов дискурса.

2) Гипертекстовые и интерактивные возможности Сети: они полностью меняют или крайне видоизменяют порождение и восприятие текста. Например, возможность гиперссылочного аппарата позволяет читателю не только следовать авторскому развертыванию текста, но и осуществлять собственную навигацию [Горошко, 2007].

3) Анонимность и дистантность. Характеристика «анонимности» дает ощущение полной свободы и раскованности, позволяет раскрыться и поделиться своими сокровенными тайнами или желаниями, спросить совета, а также обеспечивает защищенность от внешнего контроля и общепринятых норм морали [Иванов, 2003]. Возможность варьировать степень анонимности в общении обладает, как показывает практика применения Интернета,

немалой притягательной силой. Часто скрываются настоящее имя, возраст и социальный статус, инвертируется пол, истинные факты биографии подменяются или дополняются вымышленными, неадекватным образом представляются сведения об опыте, квалификации, компетентности, имеющихся знаниях, умениях, навыках и т.п., вместо реальных описываются социально одобряемые личностные качества, в том числе одобряемые лишь в узком социуме/идиокультуре/андерграунде (напр., киберпанков, музыкальных фанатов, игроков в компьютерные игры и т.д.) [Бабаева, 2000].

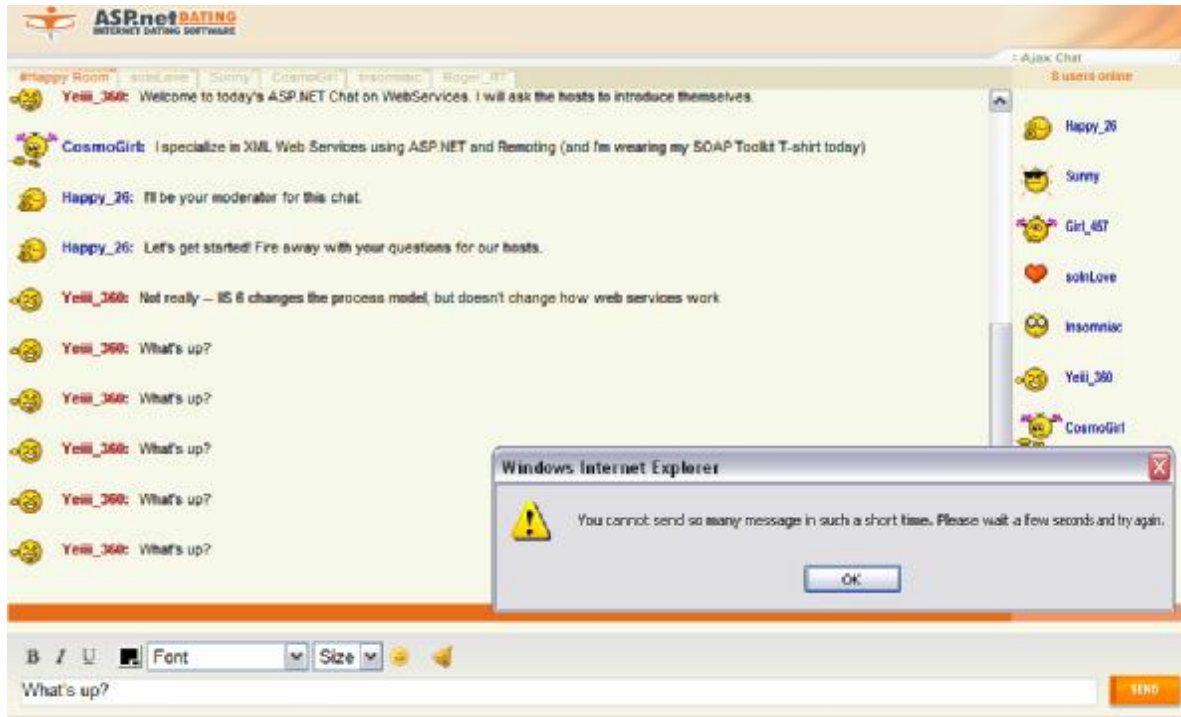
Эти факторы наряду с физической непредставленностью участников общения, возможностью «присоединиться» или «отсоединиться» в любой момент от общения в Сети, отсутствие инструментов принуждения способствует, с одной стороны, усилению девиантного коммуникативного поведения (явления спама, троллинга или флуда): снижается до минимума ответственность за свои проступки в Сети [Жичкина, 2000]. Спам – нежелательная и несанкционированная корреспонденция рекламного или иного характера, массово рассылаемая пользователям Интернета, не желающих ее получать (Рис.1) [Энциклопедия].

Рис.1. Пример спама



Флуд является разновидностью спама, это сообщения, не несущие никакой информативности (Рис.2) [Энциклопедия]. На рис.1 изображен часто встречающийся пример флуда, когда пользователь несколько раз пишет одно и тоже сообщение.

Рис.2. Пример флуда



Троллинг – размещение сообщений, призванных разжечь конфликт между пользователями на форумах, в чатах, в комментариях к записям в блоге [Станкевич, 2008]. На рисунке 2 мы можем наблюдать, как в чате пользователь Karillun угрожает другому пользователю.

Рис.3. Пример троллинга

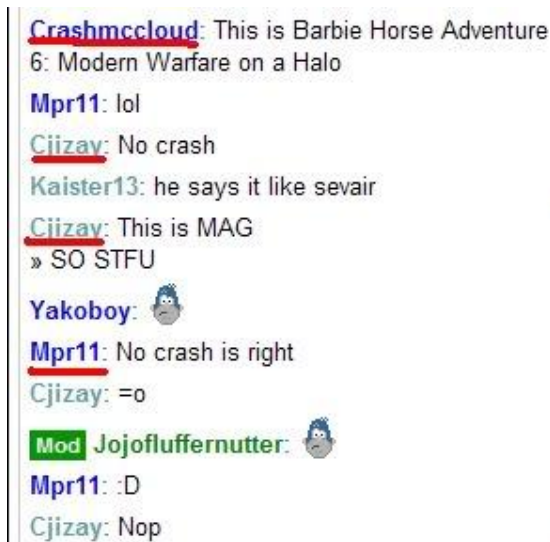


Рис.4. Анкета пользователя LiveJournal.com

The screenshot shows the profile page for user 'idle_tuesday'. At the top, there is a profile picture of a pair of glasses and a bio section. The bio includes the journal name 'Журнал __idle_tuesday', creation date 'Создан 2004-09-11 03:51:32 (#4497492)', update date 'обновлялся 2010-12-25', and statistics: '49 комментариев получено, 209 комментариев отправлено'. Below the bio, it says 'Базовый аккаунт [Подарить]' and '59 записей в журнале, 3 метки, 4 записи в избранном, 0 виртуальных подарков, 5 картинок пользователя'. There are three main sections: 'Основное' (Basic info) with fields for 'Имя: sparks' and 'Местоположение: United States'; 'О себе' (About me) with a custom layout '{ mostly friends-only } layout by estiloamor.'; and 'Связаться' (Contact) with 'Интересы (2): [Изменить]' and 'minimalist culture, picking my nose intheshower'. At the bottom, there is a 'Друзья' (Friends) section with 14 friends listed, including 'idle_tuesday', 'amandakenney', 'anditgoeslike', 'blenching', 'busyflash', 'eclectic_gi', 'grayhandshakes', 'ladypolitik', 'lengthof_love', and 'milkpetal'.

5) Эмоциональная насыщенность общения: имеет компенсаторный характер в условиях практически полного отсутствия невербальных средств для передачи эмоций и описания эмоциональных состояний. Она достигается как с помощью графических вербальных средств (использование заглавных букв, повторений пунктуационных знаков, смайлики и прочее), так и специальных программных графических средств, прошитых в оболочке программного обеспечения, например «эмотикон» (когда графическое изображение, выражающее определенную эмоцию, добавляется к любому текстовому сообщению или реплике).

Рассмотрим некоторые примеры, изображенные на рисунке 5:

Смайл D: обозначает гнев, сильная злость; :D – смех; <3 – сердце, любовь.

Предложение заглавными буквами 'AND IF YOU WANT TO JOIN IN, DO IT' используется для привлечения внимания читателей, как призыв к совершению действия. А второе предложение 'AND THEN SOON THERE WILL BE MAGICAL SHOPPING TRIP WITH BUR!' выражает предвосхищение автора грядущего события.

Рис.5. Примеры графических вербальных средств

So many things. D: But that's why I'm starting now and not in January. SO. My text got really small so if you can't read it, just ask. AND IF YOU WANT TO JOIN IN, DO IT. I like groups. Most of these are with at least one other person. :D

I want to go fabric shopping, but I want to wait till I finally get my deposit back from my asshat ex-landlord! But that should happen tomorrow, so that's awesome. Maybe I'll do some shopping this weekend. AND THEN SOON THERE WILL BE A MAGICAL SHOPPING TRIP WITH BUR! <3



Mood: anxious

Tags: [conventions](#), [cosplay](#), [sewing](#)

[8 comments](#) | [Leave a comment](#) | [Add to Memories](#) | [Share this!](#) | [Track This](#) | [Flag](#) | [Link](#)

AWA stuff?

После сообщения добавлен эмодикон, автор графически выразил свое беспокойство и тревогу.

6) добровольность и желательность контактов: коммуникативное пространство Интернета предоставляет уникальный полигон для построения виртуальной языковой личности: способам ее самопрезентации и творческой самореализации [Горошко, 2007];

7) раскрепощенность, ненормативность и некоторая безответственность участников общения: человек в сети проявляет большую свободу высказываний вплоть до оскорблений и нецензурных выражений, что связано со снижением психологического и социального риска в процессе общения [Рогачева, 2007];

8) своеобразии протекания процессов межличностного восприятия в условиях отсутствия невербальной информации (особую роль начинают играть механизмы стереотипизации и установка) [Рогачева, 2007];

9) стремление к нетипичному поведению: зачастую пользователи презентуют себя с иной стороны, чем в условиях реальной социальной нормы, проигрывают не реализуемые в действительности роли, сценарии ненормативного поведения [Рогачева, 2007].

Отличительным признаком интернет-коммуникации является общение в актуальной и виртуальной средах. Все это составляет дискурсное

пространство - набор коммуникативных единиц (коммуниканем), то есть законченных и незаконченных, больших и маленьких, диалогических и монологических, устных и письменных высказываний [Кондрашов, 2004].

Дискурс (фр. «discours», англ. «discourse», от лат. «discursus» 'бегание взад-вперед; движение, круговорот; беседа, разговор') – речь, процесс языковой деятельности; способ говорения [Merriam-Webster]. Многоплановость самого дискурса и рассмотрение его с различных теоретических позиций привели к наличию в языкознании различных подходов к данному явлению [Леонтович, 2000]. Нет единой точки зрения на такую новую разновидность дискурса, как виртуальный дискурс, появление которого стало результатом развития компьютерной техники.

В дискурсивном отношении компьютерная коммуникация включает повествование и сообщение, утверждение и рассуждение, аргументацию и доказательство, то есть всю терминологическую атрибутику научного, делового и других стилей речи [Горошко, 2006].

С позиций социолингвистического подхода мы можем говорить о виртуальном дискурсе как о лингвистической категории, сочетающей в себе признаки лично-ориентированного и статусно-ориентированного дискурса. Термин "виртуальный" в данном случае предполагает наличие особого пространства, искусственно созданного при помощи технических средств, в котором существует возможность интерактивного общения собеседников [Кондрашов, 2004]. В ряде работ этот термин также имеет синоним "компьютерный", однако, на наш взгляд, "виртуальный" – определение, более подходящее для выявления специфики данного дискурса, так как исследуются особенности коммуникативной среды, включающей, в том числе, способ общения и характеристики коммуникантов. Таким образом, отталкиваясь от общего определения дискурса, которое мы дали выше, мы определяем виртуальный дискурс как *совокупность текстов, объединенных архитектурой Интернет и реализованных в искусственно*

созданном коммуникативном пространстве, предполагающем дистантное интерактивное общение виртуальных коммуникантов.

Хронотоп виртуального дискурса ограничен техническими возможностями (наличием или отсутствием компьютера и выхода в Internet) и человеческим фактором (наличием или отсутствием собеседника в "онлайне"). Однако, являясь искусственно созданной коммуникативной средой, виртуальный дискурс, по сути, условен и не имеет временных и пространственных границ. Возможность общения двух и более собеседников в единый момент времени из любых точек мира вызывает "размывание" государственных, национальных, экономических, политических и культурных границ. Виртуальное пространство, таким образом, реорганизуется и предстает в виде множества сетевых образований, где "собираются" участники виртуального дискурса – чаты, форумы, социальные сети и т.д. [Кондрашов, 2004].

Вовлеченность пользователя в интернет-общение, а точнее в виртуальный дискурс, может рассматриваться как пассивная (просмотр новостных сайтов, чтение сетературы (сетевой литературы), скачивание файлов и т. д.) или как активная (участие в общении, комментирование статей, ведение дневника и т. д.). Пассивный коммуникант преследует единственную цель в интернет-общении – получение информации, что соответственно и формирует его интенции в коммуникативном процессе. Под активной вовлеченностью пользователя мы подразумеваем иную ситуацию общения, когда коммуникант выполняет функции и автора, и реципиента, то есть не только принимает информацию, но и сам создает ее. Активный коммуникант, вступающий в процесс интернет-общения, может преследовать четыре цели:

1) обмен информацией (подразумевает не только вербальное предоставление определенных данных, но также и обмен аудио- и видеофайлами, графическими изображениями, вложенными файлами и т. д.);

2) создание и поддержание контактов (коммуникант в зависимости от интенции может искать контакты, связанные с его биографией, профессиональной деятельностью, сферой интересов и наклонностей, религиозными и нравственными ценностями);

3) повышение личного рейтинга (данная цель подразумевает самореализацию коммуниканта посредством повышения личного рейтинга благодаря своим знаниям или поступкам, а также как следствие степени пользы данного коммуниканта для сетевого сообщества);

4) развлечение («общение ради общения» является одной из доминирующих целей интернет-коммуникации).

Данные цели являются достаточно условными, они редко существуют независимо друг от друга. Как правило, пользователь преследует сразу несколько целей, вступая в процесс интернет-общения, среди которых одна является прямой, а остальные – косвенными [Селютин, 2009: 140].

Таким образом, можно обозначить следующие конститутивные признаки виртуального дискурса:

- цифровой сигнал как канал общения;
- виртуальность (общение с воображаемым собеседником);
- дистантность, т. е. разделенность в пространстве и во времени;
- опосредованность (осуществляется с помощью технического средства);

- сетевая структура - это принципиальная возможность участников виртуального дискурса с равной легкостью общаться друг с другом, вне зависимости от любых социальных, экономических или политических факторов.

- комбинация различных типов дискурса;
- специфическая компьютерная этика (совокупность принципов и правил поведения людей, общающихся в компьютерной среде) [Галичкина, 2001]. Вот лишь некоторые из правил виртуального дискурса:

- избегать пространных сообщений, придерживаясь принципа лаконичности дискурса, его отраслевой компетенции, использовать сетевые сокращения (например, PMJi - Pardon My Jumping in, IMHO – In My Humble Opinion, ROTFL – Rolling On The Floor Laughing, ASAP – As Soon As Possible и многие другие);

- использовать общепринятые графические символы, помогающие оперативному восприятию компьютерной информации (например, набранные заглавными буквами слова воспринимаются как КРИК, а чередования заглавных и строчных букв – как действия компьютерных пиратов). Известные правила аббревиации помогают сократить объем дискурса;

- не отвечать публично тем, кто нарушает этикетные принципы и нормы общения, не провоцировать прогнозируемых оппонентов, и многие другие нормы сетевого этикета.

Эти нормы затрагивают также правила адресации сообщения, объем, содержание и формат письма, структуру вопроса и ответа, подписи, даты и прочие правила вежливого общения [Леонтович, 2000].

1.2. Жанры интернет – коммуникации.

Классифицируя жанры интернет-коммуникации, следует разграничивать жанры собственно виртуального дискурса и жанры других дискурсов, использующих компьютерную коммуникацию как одну из форм представления. Л.Ю. Иванов приводит довольно обширную классификацию подобных жанров, выделяя их по аналогии с жанрами других сфер общения и объединяя в соответствующие группы:

- общеинформационные жанры, или жанры новостей (электронные СМИ, включающие обзоры и дайджесты новостей, тематические подборки из различных изданий с комментариями и без, опросы общественного мнения и комментарии к рейтингам популярности политиков, сводки спортивных новостей и комментарии к ним, прогнозы погоды и др.)

- научно-образовательные и специальные информационные жанры (электронные научные и учебные издания – монографии, сборники, отдельные научные статьи, пособия, справочники, интерактивные учебные курсы, запросы специальным электронным базам данных и ответы на них, рефераты, интернет-семинары, онлайн-конференции, психологические тесты, электронные словари и т.д.)

- художественно-литературные жанры (электронные библиотеки, сетевая литература, обзоры, аннотации, рецензии и др.)

- деловые и коммерческие жанры (доски объявлений, аналитические обзоры рынков и отраслей, объявления в службах трудоустройства, электронная рекламная система баннеров и др.) [Иванов, 2000].

Исследованию различных жанров Интернет-коммуникации посвящается в последнее десятилетие немало работ, как в России, так и за рубежом. Коммуникативное пространство Интернета стало и своеобразной жанропорождающей средой, которая способствует как более интенсивному развитию жанроведения в целом, так и возникновению новых жанров, свойственных только этой информационной среде, и появлению теории цифрового жанроведения, в задачи которой входит описание и структурирование всего многообразия интернет-жанров и способов их классификации [Горошко, 2009].

Л. Ф. Компанцева выдвинула ряд причин, по которым современные лингвисты активно заинтересовались проблемой речевого жанра. «Бурное развитие Интернет-коммуникации привело к модификации ряда речевого жанра, что само по себе свидетельствует об изменении прагматических установок и целей участников этого вида коммуникации, актуализации феномена языковой личности, которая через систему речевого жанра самопрезентирует себя в виртуальном дискурсе» [Компанцева, 2007: 174].

Существуют различные определения понятия «жанр».

Жанр - это устойчивый тип текста, объединенный единой коммуникативной функцией, а также сходными композиционными и

стилистическими признаками [Бахтин, 1986: 255]. С помощью системы жанров определенным образом упорядочивается наше общение и производимый человеком текст в любой его форме (устной, письменной, электронной). По Эриксону, жанр – коммуникативный шаблон (паттерн), созданный под непосредственным влиянием индивидуальных, социальных и технологических факторов, которые неявно присутствуют в воспроизводимой коммуникативной ситуации. Жанр структурирует коммуникативный процесс, создавая «разделяемые» ожидания о форме и содержании общения и таким образом облегчая производство и воспроизводство коммуникации [Breure, 2001].

Вслед за данными исследователями мы будем придерживаться обобщенной точки зрения на речевой жанр как на некую устойчивую модель речевой деятельности, складывающуюся в определенной сфере общения в зависимости от факторов коммуникативной ситуации.

Термин ‘жанр’ применительно к сфере интернет-коммуникации получает различные толкования в лингвистических исследованиях, а, следовательно, под жанрами интернет-коммуникации понимаются достаточно разнородные по своей природе и функциям явления. А.А. Селютин рассматривает жанр как форму коммуникативного выражения онлайн-личности. То есть, интернет-жанр представляется неким единством формы и содержания, обладающим определенными специфическими чертами коммуникативного характера и служащим для реализации отдельных интенций пользователя. По его мнению, интернет-жанр должен формулироваться достаточно узко и детально, чтобы избежать чрезвычайно обширного охвата присущих интернет-среде текстовых вариаций. С другой стороны, он должен быть достаточно объемным явлением, объединяющим ряд текстов по общему признаку.

Среди факторов, влияющих на интернет-жанры, Е. И. Горошко выделяет следующие:

- Гипертекстуальность и интерактивность среды.

- Интенсивность использования мультимедиа.
- Возможности поддержания связи между автором текста и его аудиторией [Горошко 2007].
- Синхронность/асинхронность коммуникации. По этому признаку, С. Херринг например, упорядочивает все интернет-жанры по определенной шкале, где один жанр постепенно сменяет другой по степени своей «синхронизации». На этой шкале в позиции наиболее асинхронного жанра находится веб-страница, а с другой стороны синхронности (самым синхронным жанром), очевидно, должен находиться чат [Herring, 2004: 10].
- Частота обновления информации. Этот приводит к тому, что жанр сетевого дневника обновляется чаще персональной страницы, информация в чате обновляется практически мгновенно, а к жанру электронной почты характеристика «обновляемости информации» вообще не относится.
- Адресат текста, т.е. аудитория, для которой предназначен тот или иной текст, обслуживаемый определенным жанром. В чате происходит полиадресное общение, электронная почта может быть рассчитана как на одного адресата, так и на определенный круг лиц (список рассылки), в формате «один автор общается со всеми» или «с избранным кругом желающих» создаются персональные страницы и пишутся живые дневники [Горошко, 2007].
- Фигура автора текста: особенности его языковой личности (например, статусное положение, биосоциальные характеристики (возраст, гендер, родной язык)), множественность и единственность авторства электронного текста, коммуникативные цели, которые автор намеревается реализовать в электронной среде, и прочее. Так, для жанра персональной страницы крайне важно, кто является её владельцем – частное лицо, политик, ученый, или персональная страница является корпоративный сайт большого коммерческого банка. Этот параметр оказывает сильное влияние на жанр персональной страницы, помогая их последующей дифференциации на личные, академические или корпоративные веб-страницы [Miller, 2003].

- География Интернета. Там, где наиболее продвинуты цифровые технологии, и пользование Интернетом не является уделом только среднего класса и выше (например, в США), мультимедийность текста увеличивается. На страницах появляется больше слайдов, анимационных элементов, разнообразнее цветовая палитра. В странах с менее развитыми Интернет-технологиями структура персональной страницы проще и влияние мультимедийных технологий не столь заметно. Всё это не может не сказаться на оформлении сайта и на способы представления на нем информации, и, в конечном счете на степени видоизменений в структуре интернет-жанра [Горошко, 2006].

Как видим, важную роль здесь играют технологические факторы. К похожим выводам пришел и М. Л. Макаров, исследовавший пять интернет-жанров (гостевые книги, форумы, ICQ, чаты и электронную почту): «В процессе формирования новых жанров на фоне других факторов все более заметную, а иногда и просто определяющую роль играет ранее не принимавшийся всерьез «технический», а точнее — «технологический» критерий» [Макаров, 2005].

На настоящий момент существует несколько систем классификаций для структурированного описания интернет-коммуникации. Условно можно разделить все жанры виртуальной коммуникации на канонические и неканонические. Под каноническими мы подразумеваем такие жанры, которые уже нашли свое применение в литературе, лингвистике или культуре. Исходя из этого определения, жанр рекламы для виртуального пространства является каноническим, то есть не появившимся в рамках интернет-среды, а уже существовавшим до этого (в текстах СМИ, например). Неканоническими жанрами являются такие жанры, которые зародились в рамках интернет-пространства и не могут существовать вне него. К таким жанрам мы можем отнести следующие: электронная почта, блог, ICQ, чат, форум, социальная сеть и игровой портал. Данные жанры обеспечены

определенной программной периферией, характерными особенностями и условиями функционирования в интернет-среде. [Селютин, 2009: 139]

При анализе моделей и форм коммуникативных взаимодействий в Интернете исследователи Сети часто обращают внимание и на характер коммуникативных связей, которые могут быть прочными (сильными), так и поверхностными (слабыми). Эти связи могут описываться через частоту вступления в контакт, насыщенность содержания, продолжительность коммуникативного процесса и сетевых взаимоотношений во времени, и прочее [Войскунский 2001: 202], что также может быть положено в основу классификации.

Бабаева Ю.Д., Войскунский А.Е., Смылова О.В. выделяют следующие основные виды общения в сети:

1. Общение в режиме реального времени (чат):

- с одним собеседником (выбирается определенный канал для такого общения)
- с большим количеством людей одновременно

2. Общение, при котором сообщения к адресату приходят с отсрочкой:

- с одним собеседником (электронная почта)
- со многими людьми - участниками телеконференции (нюсгруппы).

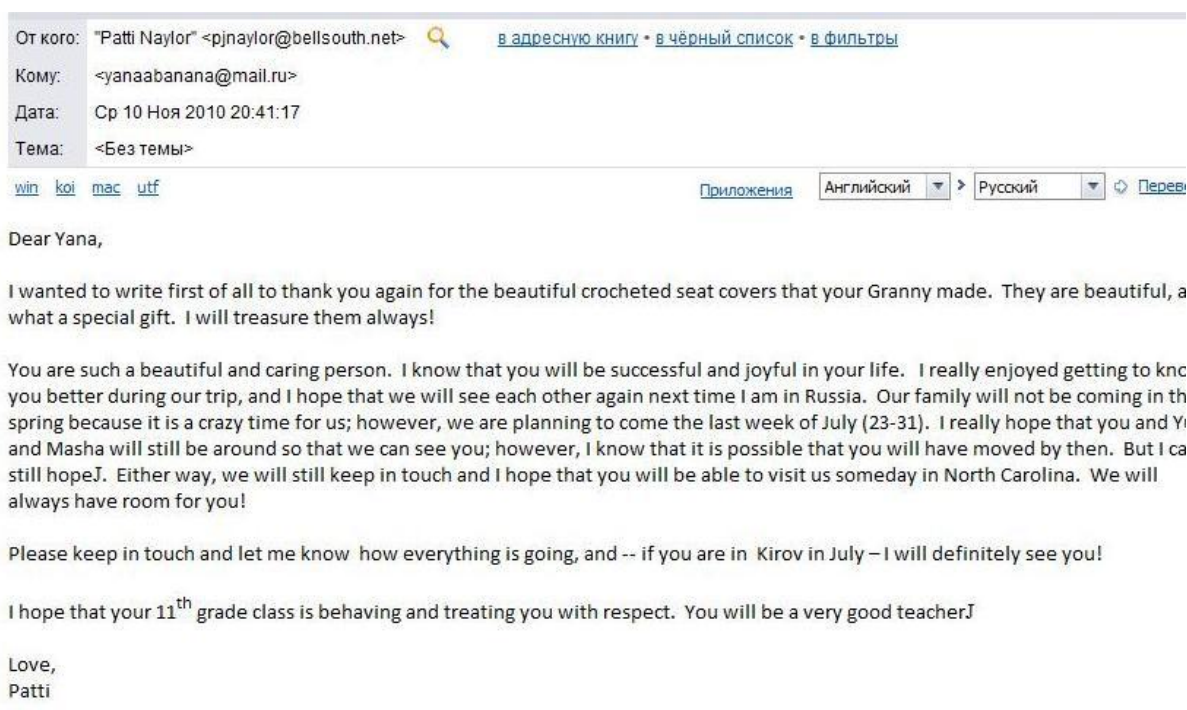
Кроме того, основанием для классификации видов общения в Интернете могут служить такие параметры, как:

- открытость сообщества для всех желающих вступить в общение или закрытость его для посторонних;
- наличие или отсутствие контроля за деятельностью участников, причем частными случаями контроля могут быть модерирование, негласное проникновение в закрытый для посторонних канал общения, подслушивание (lurking);
- ограничение вербальными текстами или мультимедийность [Бабаева, 2000];

Рассмотрим наиболее часто встречающиеся интернет-жанры подробно.

Электронная почта (e-mail) (Рис.6) - прием/передача сообщений одному или группе лиц по сети. Сообщение, передаваемое по электронной почте, может содержать тексты, таблицы, графики, а также файлы любого формата [Словарь].

Рис.6. Пример сообщения в электронной почте



Чат (от англ. to chat - болтать) – полилог со средней степенью текучести коммуникантов, происходящий в реальном времени (online). Чаты могут иметь тематическую или развлекательную ориентацию, что, в свою очередь, отражается на социолингвистических характеристиках коммуникантов и самой структуре дискурса. Этот термин описывает множество систем предназначенных для интерактивных конференций. Как только один пользователь набирает фразу на своем компьютере, она тут же становится доступной для других участников конференции. Примеры таких систем: IRC, ICQ, WebChat, Prodigy [Словарь].

ICQ (Рис.7) – жанр виртуального дискурса, предполагающий диалогическое, чаще всего неформальное, общение одновременно с

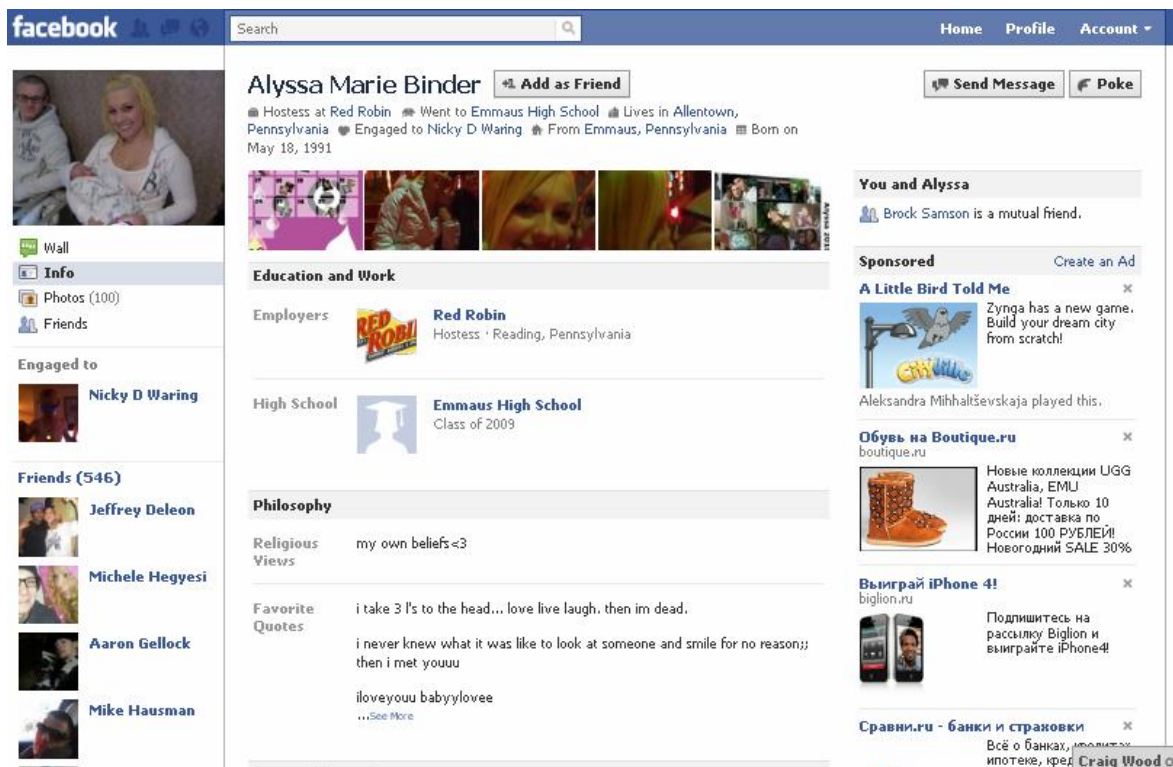
несколькими собеседниками в реальном времени (online). Данный жанр наиболее близок к моделированию распространенной ситуации живого общения, в которой участвуют два собеседника – адресант и адресат.

Рис.7. Пример ICQ



Социальная сеть (рис.8) – еще один жанр виртуального дискурса, являющийся в своей основе обширной базой данных. Это комплексное сетевое образование, сочетающее в себе черты форумов, сетевых сообществ и ICQ. Первичной целью создания данных сетей служит поиск друзей, одноклассников, одноклассников, одноклассников, знакомых, коллег по работе и т.д. Популярные ресурсы facebook.com, vkontakte.ru, myspace.com, ориентированы, в первую очередь, на восстановление и поддержание коммуникативных социальных связей между людьми, включая поиски работы, подачу объявлений, знакомства и т.д. В целом, большое количество коммуникантов делают социальные сети популярным и активно развивающимся жанром виртуального дискурса [Словарь].

Рис.8. Пример социальной сети Facebook



Интернет-блог (Рис.9) - конкретный монологический дискурс виртуального коммуниканта, состоящий из хронологически расположенных текстов, чаще всего ориентированный на высказывание собственного мнения о каких-либо событиях как личного, так и общественного характера. Интернет-блоги могут быть открыты как для публичного просмотра, так и для определенного узкого круга друзей, имеющих возможность комментировать записи друг друга. Здесь мы также можем наблюдать сходства Internet-дневников с тематическими форумами, но уже в плане особенностей их структуры. Совокупность блогов – блогосфера [Словарь].

Рис.9. Пример блога

[Apr. 9th, 2007|04:40 pm]

[Current Location|Betsy's]
[mood|chipper]

Yay! Laundry and taxes done at the same time! Thanks Bets!

Tomorrow I check on a place that had an ad in the paper: "Independant Gourmet Grocery Store seeks Garden Manager for small garden center". I hope its not a seasonal position...

Also I need to hook up with K about securing an apartment and a sweet deal for July.

Busy busy I always am...

Later!

[link](#) [2 comments](#)|[post comment](#)

[Mar. 9th, 2007|03:32 pm]

[Current Location|Clubhouse]
[mood|blah]

I'm bored.

Sitting at home watching tv has finally lost its luster. I sit in the clubhouse where, ironically, the big plasma tv is on.

I could only work 3 and half hours today without going into overtime. ^.^ I caught up on my stupid training (at Lowe's to be a manager you have to have some "smart" taken out) and had my most recent newhire spot for me on the forklift. She's a marine... I'll have her *throwing* bags of topsoil into customers cars.

Ugh, if I have to watch tv I may as well do it at home where I can watch what I want. ESPN blah.

Later!

[link](#) [2 comments](#)|[post comment](#)

Отдельную группу блогов представляют комьюнити, или сетевые сообщества, объединенные по интересам. Пользователь, создавший сообщество, является его модератором. Комьюнити зачастую имеют более узкую тематику, чем форумы, объединяя пользователей со схожими интересами, обычно из одной страны и/или одного города [Энциклопедия].

В данной работе подробно рассматриваются особенности жанра блог с точки зрения структуры дискурса, а также приводится лингвистический анализ текстов. Выбор данного жанра в качестве объекта исследования вызван, во-первых, отсутствием теоретических разработок в его изучении, во-вторых, актуализацией данного жанра в рамках современной лингвокультурной ситуации.

Выводы по первой главе:

- Интернет коммуникация, являясь коммуникативно-информационной средой, или коммуникативным пространством, опосредованным электронным коммуникативным каналом, обладает многими характеристиками: полифоничность, имеет гипертекстовые и интерактивные возможности, замещенный характер общения, эмоциональная насыщенность, добровольность и желательность контактов, раскрепощенность, стремление к нетипичному поведению. Но ее отличительным признаком является общение в виртуальной и активной средах, что составляет дискурсное пространство, где возможно интерактивное общение двух или более собеседников в один момент времени из любых точек мира в различных жанрах и стилях, используя специфическую компьютерную этику.

- Коммуникативное пространство Интернета способствовало интенсивному развитию жанроведения, появления наряду с термином «речевой жанр» (некая устойчивая модель речевой деятельности, складывающаяся в определенной сфере общения в зависимости от факторов коммуникативной ситуации) термина «интернет-жанр». На него влияют различные факторы Интернет-коммуникации (частота обновления информации, интерактивность среды, адресат текста, фигура автора текста и др.) Существует несколько систем классификаций интернет-жанров, в зависимости от времени общения, от типа субъектов, от открытости или закрытости сообщества, от мультимедийности, от того может существовать жанр вне интернет-пространства или нет. К основным относятся электронная почта, форум, блог, чат, ICQ, IRC, социальная сеть.

Глава 2

2.1. История блога и его определения.

Возникновение блога исторически связывается с предоставлением создателями различных интернет-ресурсов канализированной формы получения личностной обратной связи от пользователей. Однако вскоре такой вид деятельности в интернет-среде получил самостоятельное значение.

Термин «блог» был создан путем сокращения слова «веблог» (англ. weblog — «сетевой бортовой журнал»). Это было сделано Питером Мерхольдзом, который в апреле 1999 разместил в боковой врезке своего блога Peterme.com фразу «we blog» (что можно перевести как «мы ведем блог»). Термин «веблог» был создан Йорном Баргером 17 декабря 1997 года для описания списка ссылок на его сайте RobotWisdom.com. Эти ссылки были своего рода записями в бортовом журнале (англ. log) виртуального путешественника — по аналогии с бортовыми журналами на кораблях.

В 1999 году слово «блог» стала использовать компания Pura Labs как обозначение определенного типа сайта и как глагол, выражающий значение «вести блог». Кроме того, они образовали производный термин «блоггер (blogger)» — «человек, ведущий блог». Назвав так свой проект Blogger.com, предоставлявший пользователям место для размещения блогов и программное обеспечение, существенное облегчавшее ведение блога, — они тем самым значительно способствовали популяризации этих терминов. В том же 1999 году появился также целый ряд аналогичных веб-сайтов: LiveJournal.com, OpenDiary.com, DiaryLand.com. Предоставление пользователям технической возможности вести блоги — в виде простого в использовании программного обеспечения, не требующего специальных знаний — стало основой для роста популярности блогов, который с 1999 года происходил лавинообразным образом [Blood, 2000].

Вторым предшественником блогов, наряду с веблогами, был жанр сетевого дневника (online diary или online journal). Термин блогосфера введен в оборот Уильямом Квиком [Quick, 2001] и быстро распространился сначала

в сообществе военных блогов, освещавших войну в Ираке, а затем и за его пределы. Понятие блогосферы быстро вошло в обиход СМИ. Сегодня под блогосферой понимают совокупность всех блогов как социальную сеть и динамичную информационную оболочку.

Блоги рассматривались как новая коммуникативная среда, новый жанр, новая информационная среда, новый источник новостей, как средство выражения общественного мнения. В настоящее время они выступают в качестве инструмента, позволяющего формировать сетевые сообщества, которые являются отдельным видом коммуникации, но, тем не менее, функционируют по тем же принципам. Существует несколько определений блога.

Блог определяется как веб-страница, содержащая личный онлайн-дневник с отзывами, комментариями и различными гиперссылками [Nowson, 2006].

Блог - «это веб-сайт, основное содержимое которого - регулярно добавляемые записи, изображения или мультимедиа. Для блогов характерны недлинные записи временной значимости». Основным назначением блога является предоставление пользователям инструмента для самопрезентации, поиска собеседников и единомышленников, построения сетей взаимодействия [Nardi].

В словаре «Мерриам-Уэбстер» дается следующее определение блога: «веб-сайт, содержащий сетевой частный дневник с размышлениями, комментариями и часто гиперссылками, предоставляемыми автором» [Merriam-Webster].

Блог (blog), сокр. от “weblog” - Это сайт, содержащий регулярно добавляемые записи, ссылки, изображения или мультимедиа в обратном хронологическом порядке. Может быть личным или групповым (корпоративным, клубным или открытым для всех). Содержит возможность комментариев каждой записи [Блог-словарь].

С. Херринг определяет блоги как «часто обновляемые веб-страницы, в которых датированные записи располагаются в обратном хронологическом порядке» [Herring, 2004].

В данной работе за основу берется следующее определение блога: «Веб-сайт (или раздел веб-сайта), содержащий датированные записи мультимедийного характера, расположенные в обратном хронологическом порядке, с возможностью оставления комментариев к записям и просмотра любой записи на отдельной веб-странице». Помимо термина «блог», существуют такие понятия как интернет-дневник (ИД), онлайн-дневник. Термин «блог» наиболее употребителен.

Блоггер, человек, активно ведущий блог, — «это человек, вовлеченный в электронную коммуникацию, проводящий огромную часть своего времени спиной к реальному миру, лицом к монитору компьютера. Буквы и другие символы, появляющиеся на экране, общение с виртуальными собеседниками заменяют во многом для него действительность действия и традиционные формы человеческой коммуникации, причем коммуникации неофициальной, интимной, существующей обычно в устной форме» [Сидорова, 2003].

Важнейшим жанрообразующим критерием является технологический. Именно развитие технологий спровоцировало появление жанра интернет-блога, оно же влияет на его развитие и эволюцию [Herring, 2007].

Специфический характер концепции адресата в случае с блогом состоит в том, что адресатами являются, с одной стороны, известные автору постоянные читатели (от нескольких человек до нескольких десятков тысяч), лично знакомые с ним люди, его близкие друзья, блоггеры, которых читает сам автор и с которыми он может полемизировать в своих высказываниях и т. д. С другой же стороны, автор блога отдает себе отчет в том, что его записи могут прочитать совершенно незнакомые ему люди, которые не входили изначально в круг его прямых адресатов; этот круг адресатов, таким образом, может потенциально расширяться до всех вообще пользователей Интернета, знающих язык, на котором сделана запись (хотя это ограничение отчасти

снимается постоянно совершенствующимися системами автоматического перевода).

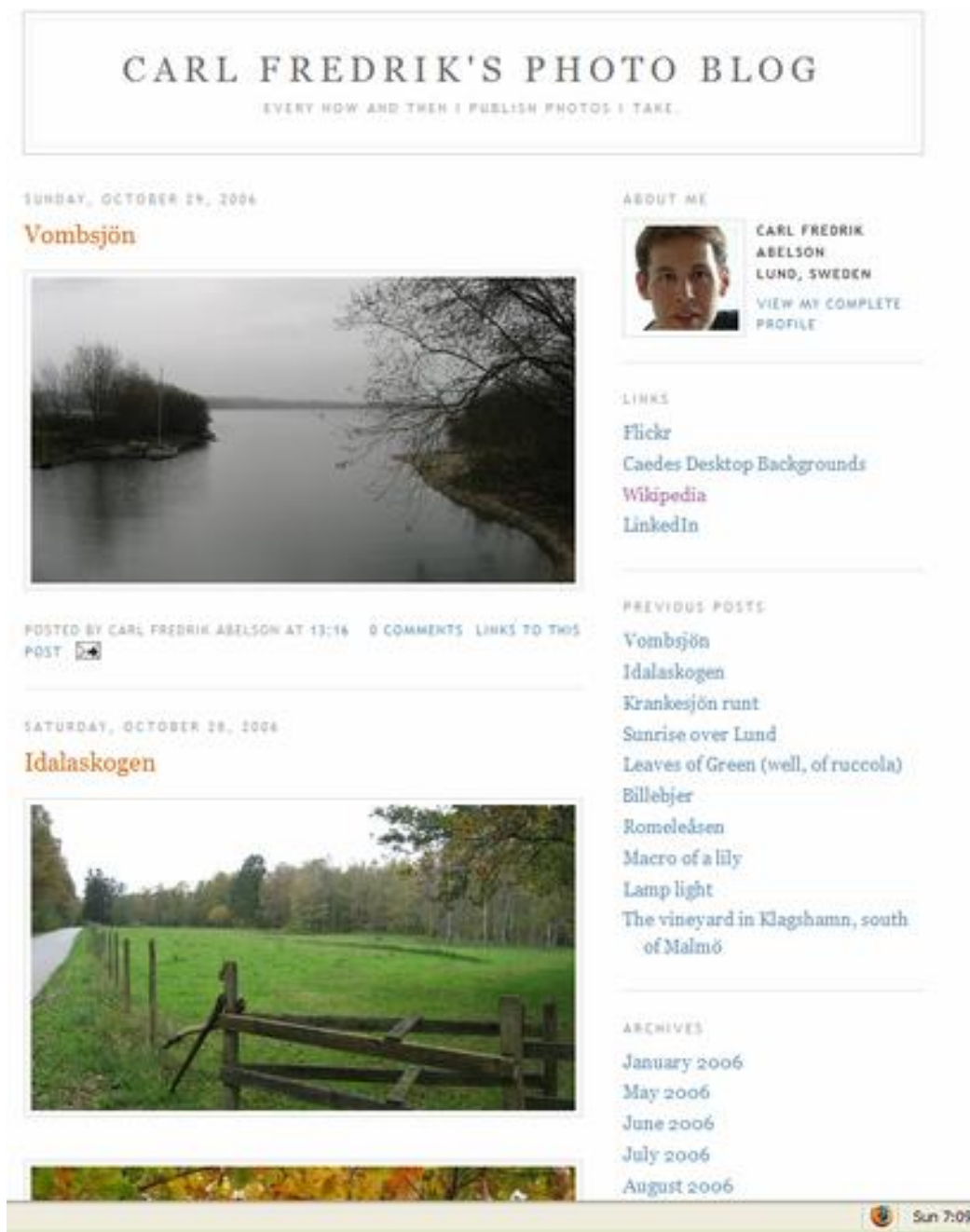
В ходе опроса блоггеров, проведенного в 2004 году Массачусетским технологическим институтом, были получены следующие данные: «В большинстве случаев респонденты идентифицировали себя в своих блогах. 81% всех участников сказали, что использовали какую-либо форму самоидентификации: 55% использовали свои настоящие имена и фамилии, 22% использовали какой-либо вариант своего имени (имя без фамилии, известное друзьям прозвище, инициалы, и т.д.)» [Viegas, 2005]. Часть пользователей указывает собственную фамилию уже в имени пользователя, часть — в названии блога или в разделе «информация о пользователе», кроме того зачастую пользователи используют для «картинок пользователя», сопровождающих их записи и комментарии, собственные фотографии. В иных случаях личность автора блога может быть де-факто известна постоянным читателям из его записей и комментариев, личного общения, либо же из сообщений в СМИ и других источников [Herring, 2004].

2.2. Классификация блогов.

Исследователи блогов пришли к согласию о том, что содержание блога является самой важной его характеристикой [Kawaura, 1998; Blood, 2000]. Обобщить содержание блогов сложно, потому что они разнородны. Но была произведена попытка классифицировать их по содержанию. Блоги сгруппированы на категории: для взрослых, аниме, эротика, компьютер, развлечения, юмор, кино, музыка, новости, личное, фотография, Испанский/Португальский, для подросткови видеоигры. Другая классификация приводится Джилл Волкер. Она отмечает, что блоги могут отличаться по медийности: photoblogs, videoblogs, and audioblogs) [Nowson, 2006].

- 1) Фотоблог (рис.10) - блог, главным образом содержащий фотографии в обратном хронологическом порядке, периодически обновляемый.

Рис.10. Пример фотоблога



2) Видеоблог (vlog - От англ. «video blog»). Его основное содержание – видео-файлы, вставленные в специальный проигрыватель (рис.11).

3) Аудиоблог (рис. 11)– сетевой дневник, в формате MP3, основное содержание которого – это голосовые записи, которые публикуются в открытом для всех доступе, к нему можно оставить комментарий.

Рис.11. Примеры аудиоблога и видеоблога

Podbean Video Blog Post

September 29th, 2006

The description of this Video Blog Post.



 Podcast Video [9:42m]: [Hide Player](#) | [Play in Popup](#) | [Download](#)

| [Uncategorized](#) | [Edit](#) | [No Comments](#) » | ☆☆☆☆☆ (0 votes)

Podbean Audio Blog Post

September 29th, 2006

The description of this audio blog post.

Listen Now:



 Standard Podcast [39:54m]: [Hide Player](#) | [Play in Popup](#) |

[Download](#) (19)

| [Uncategorized](#) | [Edit](#) | [No Comments](#) » | ☆☆☆☆☆ (0 votes)



October 2006

| M | T | W | T | F | S | S |
|----|----|----|----|----|----|----|
| | | | | | | 1 |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 |
| 30 | 31 | | | | | |

[« Sep](#)

Recent Posts

- > [Podbean Video Blog Post](#)
- > [Podbean Audio Blog Post](#)
- > [archive](#)
- > [flash video](#)
- > [sound1](#)
- > [test audio](#)
- > [Our focus](#)
- > [Blog Go...](#)
- > [Blog Go...](#)

Music

- > [Apple Store](#)

Podcast Directory

- > [Podbean.com](#)

Subscribe

- > 
- > 

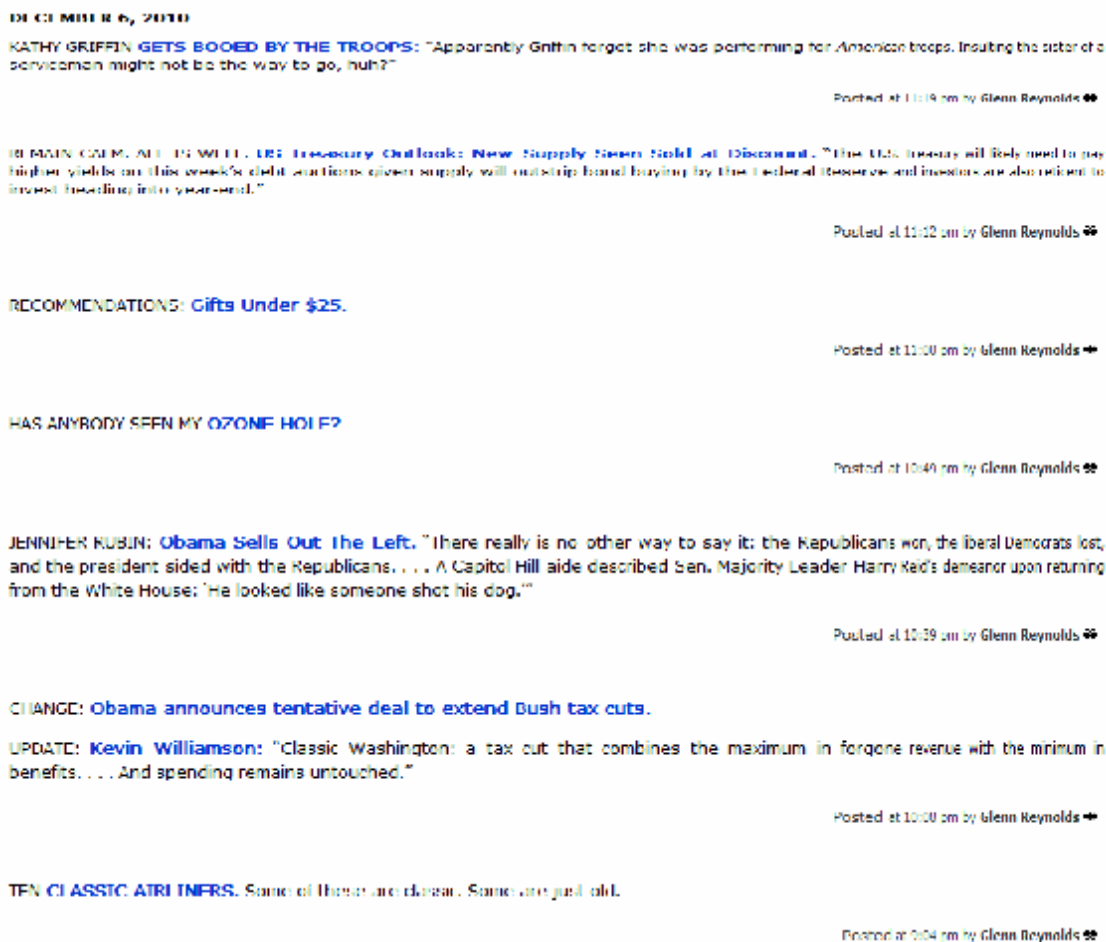
4) Моблог, сокращенно от «мобильный блог». Блог, который может обновляться удаленно с использованием телефона или КПК. (в английском тексте это тоже есть) [Блог-словарь].

Скот Наусон различает три главных вида блогов: блог новостей (News weblog), комментарий (commentary) и журнал (journal) [Nowson, 2006: 34-36].

Блог новостей может быть общеполитическим, технологическим или национальным. Тема иногда бывает очень специфичной, например, Wi-Fi технологии или местное самоуправление. Многие блоги существуют для

каталогизации новостей с различных источников на одну определенную тему. На рис.12 изображен пример блога новостей.

Рис.12. Блог новостей

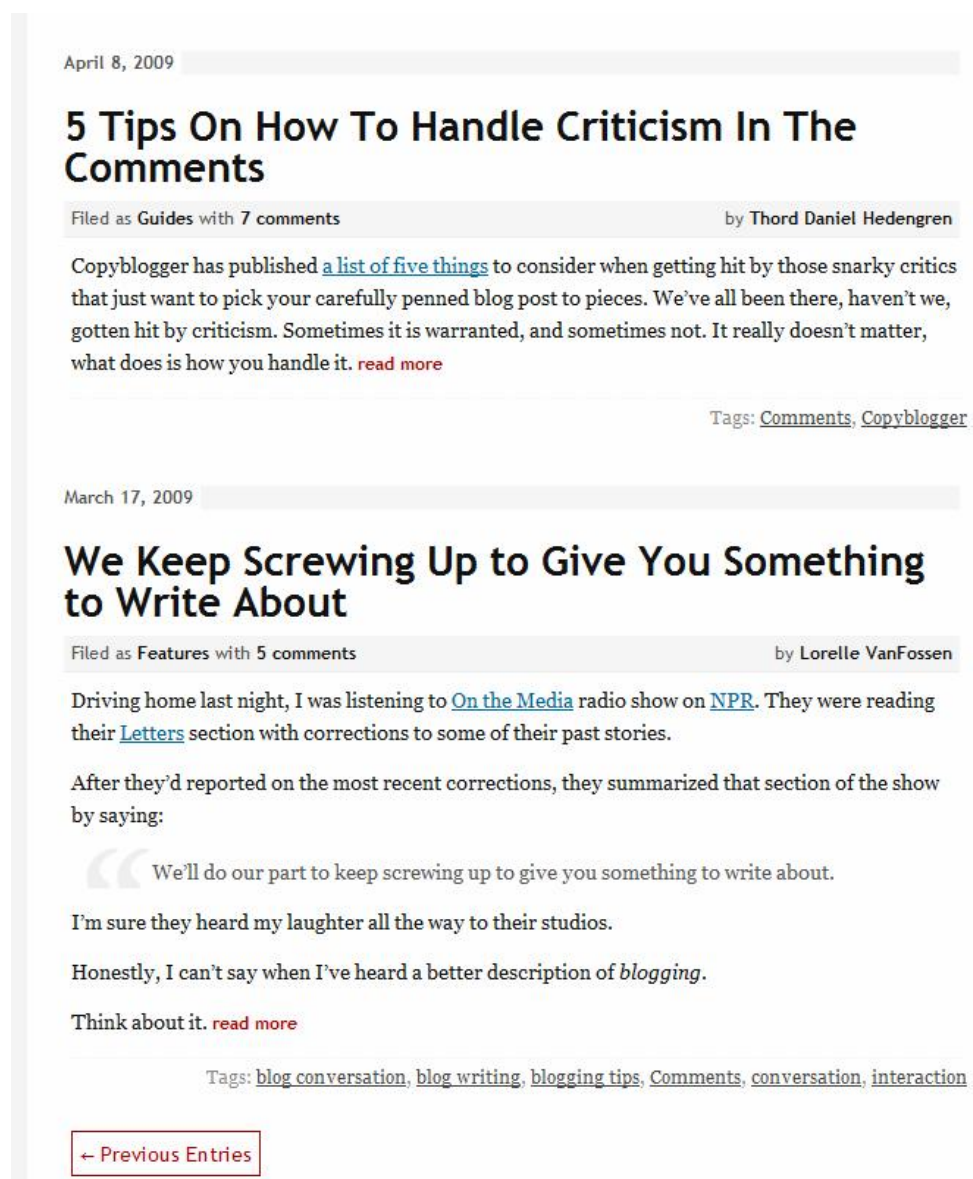


Одной из определяющих черт news блогов является то, что они часто обновляются, даже несколько раз в день.

Каждая история новостей содержит, по меньшей мере, одну ссылку на оригинальный источник, а также рекламу. Многие сайты просто выставляют ссылки на другие веб-сайты или сами истории, а некоторые включают комментарии от автора. Они могут добавлять их точку зрения на происходящее, комментировать новости. Конечно, чем больше автор комментирует, тем менее объективнее становятся новости.

Таким образом, образуется следующий тип блога – комментарий (рис.13). Здесь авторы описывают свою работу разными способами: анализ, разглагольствование, размышление.

Рис.13. Блог-комментарий



Блоги по типу журнал – это обычные онлайн-дневники.

На рис. 14 изображен типичный пример онлайн – дневника.

Рис.14. Пример блога по типу журнал

September 03, 2005

Mini Hiatus

The To Do List has grown to gargantuan size and I'm not even making a dent in it at the moment. Give me a few days and I'll be able to post something worth reading...hopefully.

Dished up by Moi around 11:15 AM | [Comments \(3\)](#)

August 28, 2005

Plans For This Week

Annual leave. One whole week away from work. And what do we have planned?

Decorating the kitchen.

My excitement level is sadly lacking. Any lower and I'll be losing the will to live.

This could take some time.

Dished up by Moi around 01:28 PM | [Comments \(3\)](#)

August 26, 2005

Ewwwwwwww!

[Black pudding ice cream unveiled](#)

It reminds me of a skit by [The Two Ronnies](#) in an [Ice Cream Parlour](#)

Classic.

Dished up by Moi around 10:02 PM | [Comments \(2\)](#)

August 25, 2005

The Results Are In

Son #2 had his GCSE results this morning and they are stunningly good:

Существуют блоги, не входящую ни в какую из этих категорий, смешанные всех трех типов, или представляющие из себя только перечень ссылок, которые заинтересовали автора.

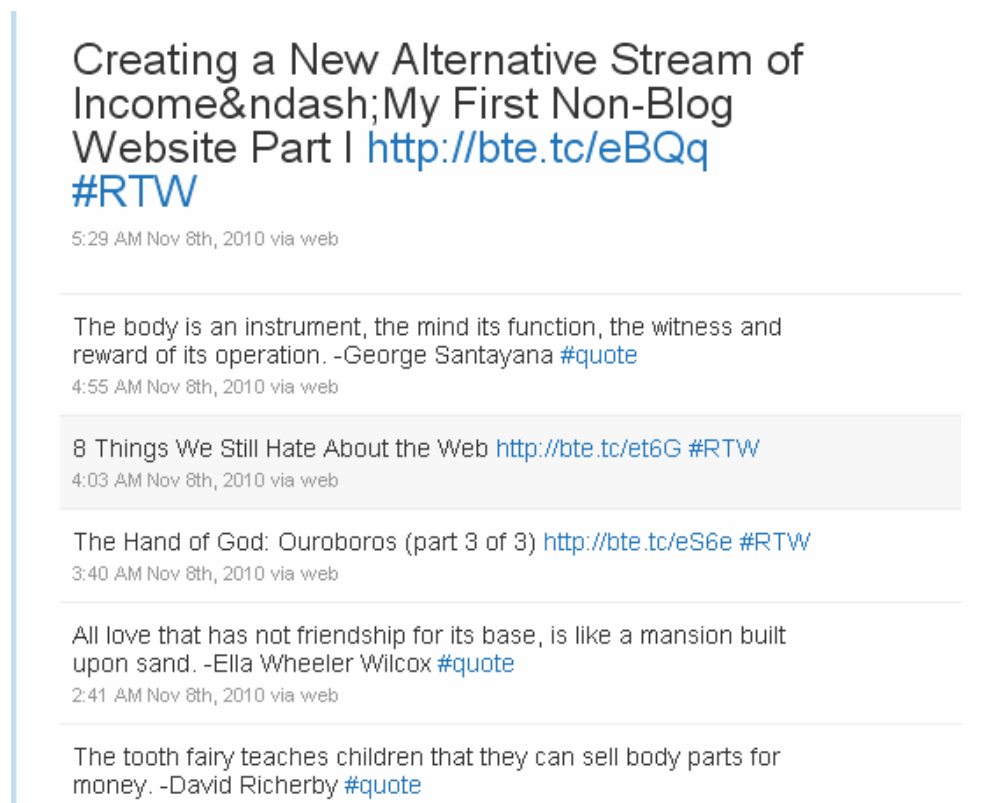
Характерные для различных авторов особенности коммуникативных и рефлексивных процессов, а также преобладание одного из них над другим лежат в основе классификации блогов на:

открытые / закрытые журналы / дневники, т. е. содержащие преимущественно сообщения, ориентированные на другого человека или на самого себя и описывающие события (мемуарный тип) или переживания (дневниковый) [Kawaura, 1998]. Такая классификация отражает преобладание коммуникативной или рефлексивной функций и особенности протекания

последней. При этом сочетание журнального, событийного стиля изложения с ориентацией на себя позволяет использовать интернет-дневник как структурированный носитель информации (личной и деловой), органайзер, планинг или записную книжку. Тогда как описание переживаний (особенно негативных) в сочетании с ориентацией на другого позволяет реализовать психотерапевтическую функцию коммуникации: получить эмоциональную поддержку, «выплеснуть негативные эмоции», получить подтверждение того, что другие люди испытывали нечто подобное [Зайцева, 2006].

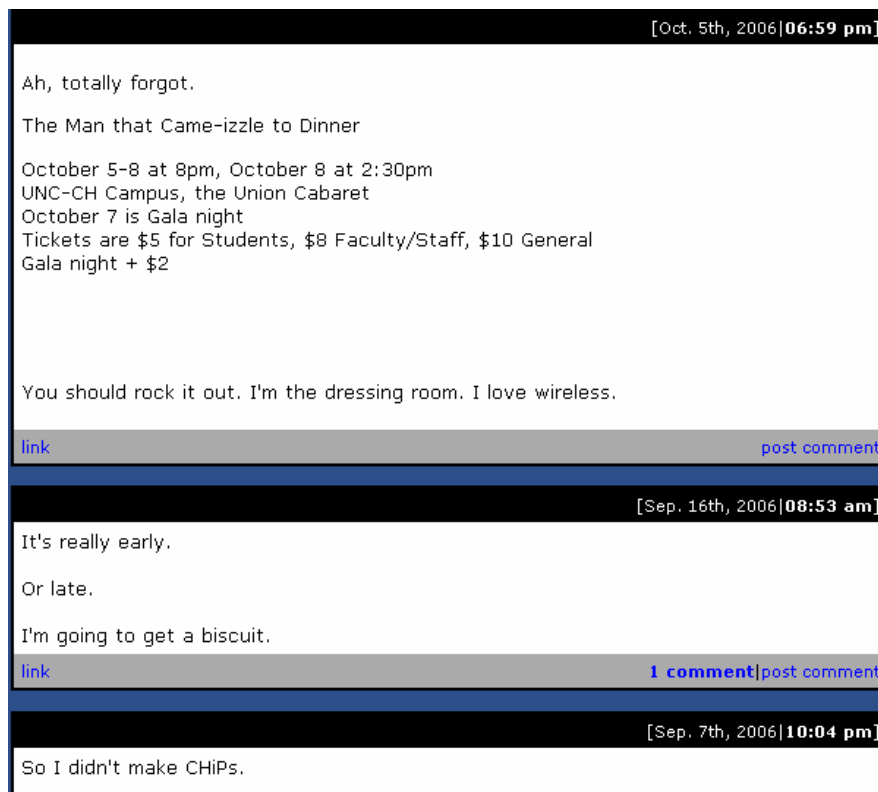
Блад выделяет три типа блогов: фильтры, частные дневники и записные книги. Фильтры (рис.15) сосредоточены на внешней по отношению к блоггеру информации и представляют собой коллекции ссылок, сопровождаемые комментариями.

Рис. 15. Пример блога-фильтра



Частные дневники (рис.16) сосредоточены на внутренней по отношению в блоггеру информации, то есть его размышлениях, отчетах, отзывах и т.д.

Рис.16. Пример частного дневника



Записные книги (рис.17) отличаются бóльшим размером записей и представляют собой сфокусированные, развернутые эссе [Blood 2000].

Рис.17. Пример записной книги



Как мы видим, существуют различные подходы к классификации блогов, но рассмотрение этого аспекта не является целью данной работы. Классификация помогает понять, что из себя представляет веб-блог. В нашей работе мы будем использовать все классификации, так как с помощью их мы сможем дать более полную характеристику блога.

2.3. Функции блога.

В блогах деятельность может быть крайне разнообразной: дебаты, объявление о вакансии, обмен информацией, решение проблемы, обмен оскорблениями, обмен шутками, игра, флирт, виртуальный секс. С Херринг выделяет три главные социальные цели блога:

- 1) получить информацию»,
- 2) впечатлить/развлечь других
- 3) повеселиться [Herring, 2007].

Что касается целей, преследуемых читателями блогов, Е. Горный выделяет пять возможных:

- 1) поддержание контакта с родственниками и друзьями;
- 2) получение информации;
- 3) развлечение;
- 4) мониторинг общественного мнения;
- 5) социализация [Gorny, 2004].

В. Л. Волохонский выделяет следующие функции ведения блогов: 1) коммуникативную функцию; 2) функцию самопрезентации; 3) функцию развлечения; 4) функцию сплочения и удержания социальных связей; 5) функцию мемуаров; 6) функцию саморазвития или рефлексии; 7) психотерапевтическую функцию [Волохонский, 2006].

Рассмотрим подробнее реализацию **коммуникативной функции онлайн-дневника в интернете**. Взаимодействие авторов интернет-дневников в рамках данной среды опосредовано рядом специфических особенностей, первой из которых является разобщенность участников коммуникации во времени и пространстве, что требует от участников коммуникации выработки определенных норм, регулирующих процедуры взаимодействия, аналогичные выработанным в свое время в эпистолярном

жанре (очередность писем, скорость и обязательность ответа и т. п.), и в то же время специфичных для данного вида коммуникации. Еще одной особенностью является многопользовательский характер данной среды, что, за исключением отдельных случаев произвольного ограничения автором круга лиц, читающих сообщение, лишает пишущего возможности предположить, с кем именно он вступает в коммуникацию данным сообщением (пассивную – кто его читает или активную – кто будет его комментировать). В то же время существующий механизм объединения авторов интернет-дневников в сообщества по субъективным предпочтениям (включение в список «друзей»), по интересам или темам общения (community), предполагающий чтение участниками данного сообщества дневников друг друга или тематических сообщений, позволяет сформировать у автора представление об аудитории, к которой он обращается [Зайцева, 2006].

Рефлексивная функция интернет-дневника двойка: с одной стороны, для корректного и краткого описания событий собственной жизни, резюмирования переживаний, взглядов необходим взгляд на себя со стороны, глазами потенциального читателя; с другой стороны, сам процесс ведения дневника есть пролонгированное размышления вслух, вынесенный вовне процесс рефлексии. Кроме того, дневник позволяет посмотреть на себя прошлого и сформулировать представление о себе будущем, идеальном или, напротив, нежелательном. А это существенная часть рефлексивной деятельности самосознания человека, необходимая для формирования индивидуальности [Сидорова, 2003].

2.4. Структура блога.

Языковые произведения участников дневниковых сообществ можно разделить на три группы.

1) Средства докоммуникативной самопрезентации. «Визитная карточка» автора дневника, которая формируется еще до начала коммуникации и может со временем изменяться, может включать: имя

пользователя (ник), аватар (картинка или фотография, сопровождающая дневниковые записи и комментарии пользователя, служащая его символом), список интересов/антиинтересов, так называемый «статус» (подпись) или девиз (это слово или словосочетание, выводящееся на некоторых дневниковых сайтах под ником пользователя, когда он оставляет комментарий), дизайн дневника. Через вербальные средства самопрезентации – выбор имени, названия дневника и статуса – проявляет себя номинативная способность автора и реализуется намеченная им линия речевого поведения, а также основные черты виртуального образа, который мы ожидаем увидеть в текстах дневника [Сидорова, 2007]. Здесь следует отметить также возможность применения авторами блога **неязыковых средств коммуникации**, облегчающих взаимодействие:

- использование аудио-визуальных ресурсов интернета (картинок, фотографий, аудио-файлов и т.п.);
- ссылок на интернет-ресурсы или другие онлайн-дневники;
- символических заменителей – индикаторов эмоционального состояния/отношения («смайлики», указание на «текущее настроение» и соответствующую состоянию «текущую музыку»);
- выбор стиля аудио-визуальной презентации собственного сообщения (цвет, шрифт, размер, фон, звуковое сопровождение, выбор картинки, представляющей автора, – юзерпика (user picture)) и др.[Андрианова, 2008].

Остановимся подробнее на характеристике имени пользователя (ника).

Ник находится где-то посередине между реальным именем и именем художественного персонажа. Реальное имя даётся человеку без его воли и не имеет отношения к его творческому воображению. Имя персонажа определяет его автор, но при этом вымышленным является и сам персонаж. Ник же является вымышленным именем, маской, самостоятельно выбранной, за которой скрывается реальный человек. В этом своеобразие и уникальность ников в Интернете [Сидорова, 2007: 94].

Ники могут представлять собой вариации собственного имени (nicoleanne, lala_annie), включать названия животных, фруктов, растений (secret_owls, pineapplealisa, mexibear, baby bears, applecrunch), интересы (no_ride_bike, wearingskirts, coffee_drinker), абстрактные существительные (switching_sight, ultra_violett, whenever, horror_romance) и другие слова, смысл которых понятен всем носителям языка [Аникина, 2010: 73].

2) **Дневниковые записи.** В блогах записи состоят из заголовка (он может быть оставлен пустым), даты, тела записи (то есть ее основного содержания), меток записи (поле может не заполняться пользователем), указания на количество комментариев, ссылки на добавление комментария (комментарии к записи могут быть запрещены пользователем) и постоянной ссылки на запись, по которой запись открывается на отдельной веб-странице (в качестве постоянной ссылки также может функционировать заголовок и/или указание на количество комментариев). Кроме того, в некоторых блог-платформах существуют дополнительные поля, такие как «музыка», «настроение», «местонахождение» и др. [Nowson, 2006]. На рис.18 мы наблюдаем, что присутствует заголовок (what I hope my future will be like), после него само тело записи, затем в качестве постоянной ссылки функционирует указание на количество комментариев (3 comments) и стоит дата и время записи (January 1st 15:57).

Рис.18. Пример дневниковой записи



Имеются дневники, в которых текстовая часть минимальна, а основное содержание составляют фотографии и картинки, а также дневники-

цитатники, состоящие из текстов других авторов, перенесенных хозяином дневника к себе [Сидорова, 2007].

Н. Б. Рогачева выделила в рамках своего исследования следующие тематические группы блог-записей (в порядке убывания их частотности): 1) события из личной жизни автора; 2) межличностные отношения и коммуникация; 3) гиперссылки, изображения и цитаты; 4) настроение автора; 5) литература, музыка, кино и другие увлечения автора; 6) учеба/работа; 7) творчество автора; 8) объявления и публичные обращения; 9) размышления автора; 9) события во внешнем мире/новости [Рогачева, 2008].

Что касается тональности, то для блог-записей в целом характерна более неформальная тональность, чем для жанров СМИ, и более формальная, чем для устных жанров и чатов. Степень серьезности, дружелюбия и отзывчивости в целом зависит от личности каждого конкретного блоггера, от его популярности, от тематики. Кроме того, можно сказать, что для комментариев характерна более неформальная и шутливая тональность, чем для блог-записей.

На различных блог-платформах существуют свои официальные правила. В рамках своего блога каждый автор может устанавливать собственные коммуникативные и языковые нормы и запрещать комментарии от нарушителей этих норм [Herring, 2007].

3) Диалогическая (полилогическая) часть ИД-текстов – комментарии читателей к записям и ответы авторов. Скорость ответной реакции адресата появляется с момента публикации записи и продолжает активно поступать на протяжении нескольких дней [Gornu, 2004].

На рис. 19 видно, что комментарии состоят из имени пользователя, картинки пользователя, времени отправки комментария, факультативного поля «заголовок» и тела комментария.

Рис.19. Пример комментариев



[ascendings](#)
2009-11-17 03:41 am UTC (ссылка)

ahh that sucks but i'm glad you got it back! and my mom says civics are like the most stolen car so idk :o

[\(ответить\)](#) [\(ветвь дискуссии\)](#)



[busyflash](#)
2009-11-17 03:50 am UTC (ссылка)

yeah the cop told me old honda's and acura's are the most stolen cars. sucky!

[\(ответить\)](#) [\(ровень выше\)](#)



[littlefox](#)
2009-11-17 03:42 am UTC (ссылка)

Ah, thank goodness! A stolen car is the last thing you need while moving.

I hope they catch the creeps that are doing this shit in your neighbourhood.

[\(ответить\)](#) [\(ветвь дискуссии\)](#)



[busyflash](#)
2009-11-17 03:50 am UTC (ссылка)

me too, my whole neighborhood is on watch for anyone who look suspicious and everyone is calling the cops on ANYTHING.

В зависимости от блог-платформы, комментарии могут располагаться один за другим (напоминая структуру форумов), либо же иметь древовидную структуру с «ветвями дискуссий» (то есть комментарии могут не относиться напрямую к блог-записи, а быть ответами на другие комментарии). В этом случае обычно в комментарии также содержится постоянная ссылка на него. Наличие древовидной структуры стимулирует полемику между пользователями [Nowson, 2006]. Что касается личных сообщений, то некоторые блог-платформы дают пользователям возможность отправки друг другу личных сообщений в дополнение к записям и комментариям. Записи и комментарии как правило общедоступны для всех пользователей Интернета, однако практически на всех блог-платформах пользователь может ограничить доступ к записям (а соответственно и комментариям к ним), предоставив его лишь определенному им кругу лиц. Кроме того, пользователь может воспользоваться опцией, позволяющей «скрывать»

комментарии к записям, делая их доступным только ему и автору комментария [Blood, 2000].

В большинстве блог-платформ пользователям предоставляется возможность фильтрации комментариев: они могут запретить в своем блоге комментарии от конкретных пользователей, либо же запретить все вообще комментарии к конкретной записи или всем своим записям [Herring, 2007].

Выводы по 2 главе:

- Блог – это новое явление, которое появилось совсем недавно, в 1997 году, и сейчас оно активно функционирует в Интернет пространстве. Существует множество определений блога, рассмотрев подходы к его определению, за основу взято следующее: блог - это веб-сайт, содержащий датированные записи мультимедийного характера, расположенные в обратном хронологическом порядке, с возможностью оставления комментария к записям и просмотра любой записи на отдельной веб-странице.

- Содержание блога является его важной характеристикой. Так как блоги разнородны по содержанию, существует большое количество их классификаций. Их можно классифицировать по теме содержания (по категориям), по медийности, по форме, по особенностям коммуникативных и рефлексивных процессов. Каждая классификация помогает рассмотреть блог со всех его сторон.

- Существует несколько подходов к определению жанра блогов. Блог может рассматриваться как вторичный речевой жанр [Рогачева, 2007], как гипержанр или как субжанр [Горелов, 2008]. Блог здесь рассматривается как жанр Интернет-коммуникации, который характеризуется многими технологическими факторами: синхронность, постоянство записей, размер буфера сообщений, канал коммуникации, возможность анонимны сообщений, личных сообщений, фильтрация и цитирование сообщений.

- Функции блога: коммуникативная, функция самопрезентации, развлечения, сплочения и удержания социальных связей, мемуаров, саморазвития и рефлексии и психотерапевтическая функция.

- В структуру блога входят средства докоммуникативной самопрезентации, сами дневниковые записи и диалогическая часть ИД-текстов (комментарии).

Заключение

В результате проведенной работы была достигнута поставленная цель, а именно **феномен блогов был комплексно изучен** с точки зрения жанрового подхода. Для достижения цели исследования были выполнены следующие **задачи**:

- Раскрыт термин «интернет-коммуникация». Для этого были изучены основные работы по данной теме, произведен их анализ. Рассмотрены основные характеристики интернет-коммуникации.
- Изучен виртуальный дискурс как лингвистическая категория, выявлены основные существующие понятия, обозначены его основные конститутивные признаки
- Разработано понятие жанра; разграничены такие понятия как «речевой жанр» и «Интернет-жанр», обнаружены три основные проблемные области, по которым развивается последний: функционирование, эволюция, модифицированность речевого жанра. Рассмотрены основные характеристики интернет-жанра.
- Рассмотрено жанровое разнообразие интернет-коммуникации. Изучены основные системы классификации, выделены их основы, подробно изучены некоторые интернет-жанры.
- Дано определение блога, после изучения существующих определений; выделены основные используемые понятия-синонимы, дана характеристика блоггера, человека, который активно ведет блог.
- Рассмотрена история блога, изучены виды и классификации различных авторов, выделены основные функции блога.
- Выявлены особенности блога как жанра интернет-коммуникации, рассмотрены различные подходы к блогу как жанру.
- Изучены и проанализированы примеры интернет-блогов, их отдельные виды, изучена структура блогов.

Исследовательская работа может быть продолжена по пути более полного изучения блога как речевого жанра и как жанра Интернет-коммуникации, как средство выражения языковой личности, становления индивидуальной личности. В дальнейшем исследовании возможно более подробное изучение языка блога, каждой его характеристики, каждой части структуры, актуальным будет исследование сравнения русскоязычных и англоязычных блогов. У данного исследования много путей продолжения и углубления, так как этот вопрос актуален и мало изучен в лингвистике.

Библиографический список:

1. Андрианова, Н. С. Жанры Интернет-коммуникации: о некоторых подходах [Электронный ресурс] / Н.С. Андрианова. URL: http://www.nbuu.gov.ua/portal/Natural/Vdpu/Movozn/2008_14/article/3.pdf
2. Аникина, Т. В. Имя собственное в Интернет-коммуникации [Текст] / Т. В. Аникина // Известия Уральского государственного университета. – 2010. – № 2(75). – С. 71-76.
3. Бабаева, Ю. Д. Интернет: воздействие на личность [Текст]/ Ю.Д. Бабаева, А.Е. Войскунский, О.В. Смылова. – Гуманитарные исследования в Интернете. - М., 2000.
4. Бахтин, М. М. Проблема речевых жанров [Текст] / М. М. Бахтин. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1986. С. 250–296.
5. Блог-словарь [Электронный ресурс]. URL: <http://blogbook.ru/slovar-terminov/>
6. Волохонский, В.Л. Психологические механизмы и основания классификации блогов [Текст] // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность: Сборник статей / В.Л. Волохонский, Ю.Е. Зайцева, М.М. Соколов.– СПб., 2006. – С. 118-131.
7. Галичкина, Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций): Автореферат диссертации на соискание учёной степени к.ф.н [Электронный ресурс] / Е.Н. Галичкина. - Волгоград, 2001.URL: <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/327981.html>
8. Горелов, И. Н.. Основы психолингвистики [Текст] / И.Н. Горелов, К. Ф. Седов.— М.: Изд-во «Лабиринт», 2008.
9. Горошко Е.И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии [Текст] / Е.И. Горошко // Жанры речи. – Саратов: Издательский центр «Наука», 2009. – Выпуск 6 «Жанр и язык». – С.11-127.

10. Горошко Е. И. Интернет-коммуникация: проблема жанра [Текст] / Е.И. Горошко // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. – Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 4. - 2006. – С. 165-175.
11. Горошко, Е. И. Теоретический анализ Интернет-жанров [Текст] / Е.И. Горошко // Жанры речи. Выпуск 5 «Жанр и культура». - Саратов: Издательский центр «Наука», 2007.
12. Жичкина, А.Е. Самопрезентация в виртуальной коммуникации и особенности идентичности подростков-пользователей Интернета [Текст] / А.Е. Жичкина, Белинская Е.П. - Труды по социологии образования. М., 2000. - Т. 5. Вып. 7.
13. Жичкина, А. Е. Социально-психологические аспекты общения в Интернете [Электронный ресурс]. – 1999. URL: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/refinf>
14. Зайцева, Юлия. Роль ведения интернет-дневника в становлении индивидуальности [Текст] // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность: Сборник статей / В.Л. Волохонский, Ю.Е. Зайцева, М.М. Соколов.– СПб., 2006. – С. 104-117.
15. Иванов, В.Е. Интернет в формировании диалогического пространства в социокультурной среде [Текст] / В.Е. Иванов // Мир психологии. – 2000. - № 2.
16. Иванов, Л. Ю. Язык Интернета: заметки лингвиста [Электронный ресурс] / Л. Ю. Иванов // Словарь и культура устной речи. – М.: Азбуковник, 2000. – С. 131–147. URL: www.ivanoff.ru/rus/ozhweb.htm.
17. Компанцева, Л. Ф. Интернет-коммуникация: когнитивно-прагматический и лингвокультурологический аспекты [Текст] / Л. Ф. Компанцева. – Луганск: Знание, 2007. – 444 с.
18. Кондрашов П.Е. Компьютерный дискурс: социолингвистический аспект: Дисс. канд. филол. наук [Электронный ресурс] / П.Е Кондрашов. - Краснодар, 2004. URL:

http://www.disszakaz.com/catalog/kompyuterniy_diskurs_sotsiolingvisticheskiy_aspekt.html

19. Леонтович О. А. Компьютерный дискурс: языковая личность в виртуальном мире [Текст] / О.А. Леонтович, В. И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. – Волгоград: Перемена, 2000.
20. Макаров, М. Л. Жанры в электронной коммуникации [Текст] / М.Л. Макаров // Жанры речи. – № 4. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2005.
21. Михайлов В.А. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества [Текст] / В.А. Михайлов, С.В. Михайлов // Сборник научных трудов "Актуальные проблемы теории коммуникации". - СПб., 2004.
22. Павленко, Григорий. История Интернет (достижения и ошибки) [Электронный ресурс]/ Григорий Павленко. - 2003. URL: <http://www.internet-history.org.ua/>
23. Рогачева, Н. Б. Новые приоритеты в русском Интернет-общении: на материале жанра блога [Текст] / Н.Б. Рогачева // Жанры речи: Сборник науч. ст. — Саратов: Издательский центр «Наука», 2007. — Вып. 5.
24. Селютин, А.А. Жанры как форма коммуникативного выражения онлайн-личности [Текст]/ А.А. Селютин// Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. - №35 (173). – Филология. Искусствоведение. – Вып.37. – С. 138-141.
25. Сидорова, М.Ю. Интернет-лингвистика: русский язык. Межличностное общение [Текст] / М.Ю.Сидорова М.: «1989.ру», 2006. - 184 с.
26. Сидорова, М. Ю. Рефлексия «наивного» говорящего над языком и коммуникацией (по материалам открытых Интернет-дневников) [Электронный ресурс]/ 2003 М. Ю. Сидорова. - 2003. URL: <http://marinadoma.narod.ru/inet/gender.html>

27. Сиротинина, О. Б. Некоторые размышления по поводу терминов «речевой жанр» и «риторический жанр» [Текст] / О. Б. Сиротинина // Жанры речи: Сборник науч. ст. — Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. — Вып. 2.
28. Словарь Терминов Интернет [Электронный ресурс]. URL: <http://your-hosting.ru/terms/>
29. Станкевич, Вадим. Что такое троллинг? [Текст] / Вадим Станкевич // Компьютерные Вести. — 2008. — №46.
30. Трофимова, Г. Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России: Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты [Текст] / Г. Н. Трофимова. — М.: Изд-во РУДН, 2004.
31. Энциклопедия GameGuru [Электронный ресурс]. URL: <http://encyclopedia.gameguru.ru/faq/>
32. Blood, Rebecca. Weblogs: A History and Perspective [Электронный ресурс] / Rebecca Blood. — 2000. URL: http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html
33. Breure, L. Development of the genre concept [Электронный ресурс] / L. Breure. — 2001. URL: <http://www.cs.uu.nl/people/leen/GenreDev/GenreDevelopment.html>
34. Burnett, R. Web Theory: An Introduction [Text] // Burnett, R., Marshall, D. — London-New York: Routledge, 2003.
35. Crystal, D. Language and the Internet [Text] / D. Crystal. — Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
36. Gorny, E. Russian LiveJournal: National specifics in the development of a virtual community [Электронный ресурс] / E. Gorny. — 2004. URL: http://www.ruhr-uni-bochum.de/russ-cyb/library/texts/en/gorny_rljl.pdf
37. Herring S. C. Bridging the gap: A genre analysis of weblogs [Text] // L. A. Scheidt, S. Bonus, E. — Wright Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences, 2004.

38. Herring S. C. A Faceted Classification Scheme for Computer-Mediated Discourse [Электронный ресурс] / S.C. Herring. – 2007. URL: <http://www.languageatinternet.de/articles/2007/761>
39. Kawaura, Y. Keeping a diary in cyberspace [Text] / Y. Kawaura, Y. Kawakami., K. Yamashita. - Japanese Psychological Research. Vol. 40. № 4, - 1998. - P. 234–245.
40. Merriam-Webster Online [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/>
41. Miller, H. Self in web home pages: gender, identity and power in cyberspace [Text] // H. Miller, J. Arnold. Towards Cyber Psychology: Mind, Cognitions and Society in the Internet Age. -Amsterdam: IOS Press, 2003: P. 1-29.
42. Nardi, Bonnie A. Blogging as Social Activity, or, Would You Let 900 Million People Read Your Diary? [Электронный ресурс]/ Diane J. Schiano, Michelle Gumbrecht, Bonnie A. Nardi. URL: <http://tc.eserver.org/25484.html>.
43. Nowson, S. The language of weblogs: a study of genre and individual differences. PhD Thesis (Unpublished manuscript) [Text] // S. Nowson. - University of Edinburgh, 2006. – P. 279
44. Quick, W. I propose a name [Электронный ресурс]. - 2001. URL: http://www.iw3p.com/DailyPundit/2001_12_30_dailypundit_archive.php#8315120
45. Simpson, J. Meaning-making online: Discourse and CMC in a Language-learning community [Электронный ресурс] / J. Simpson // Recent Research Developments in Learning Technologies. – 2005. URL: <http://www.formatex.org/micte2005>
46. Thurlow, C. The Internet and Language [Text] // C. Thurlow. - Concise Encyclopedia of Sociolinguistics, Elsevier, 2001.
47. Viegas F. B. Bloggers' expectations of privacy and accountability: An initial survey [Text] /F.B. Viegas. - Journal of Computer-Mediated Communication. - №10(3). – 2005.