

Полякова Т. Л.

Проблеми віртуального жанрознавства у зарубіжній інтернет-лінгвістиці

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», Харків

Однією з основних характеристик нового комунікаційного середовища, якою є мережа Інтернет, стало велике різноманіття текстів і стилів, що функціонують у ній. Багато з них характеризуються специфічними рисами, що виявляються на графічному, лексичному, синтаксичному рівнях (використання комп'ютерного жаргону та термінів, спеціальних скорочень-акронімів, ітерації літер та знаків пунктуації), а також використання смайликів [1, с. 10]. Виявлені особливості притаманні всім текстам Інтернету, що дозволяє говорити не про мову Інтернету [4], а про особливості використання мови в комп'ютерно-опосередкованій комунікації, що здійснюється у вигляді різноманітних форм – електронних листів, чату, веблогів та ін. [1, с. 10]. Наразі багато дослідників займаються описом мови в текстах конкретних служб Інтернету (електронний лист, чат-спілкування, веб-сторінка та ін), виділяючи деякі характеристики. Однак таке різноманіття текстів у мережі Інтернет та різноманітність підходів до їх опису дуже ускладнює розуміння їх відмінностей один від одного. Усе це веде до необхідності вибору єдиного терміну для позначення кожної групи комунікацій, і навіть розробки критеріїв, на основі яких відбувається дане угруповання.

Так, наприклад, в англійській лінгвістичній літературі можна зустріти використання таких термінів, як *мовне співтовариство* (англ. *speech community*), *стиль* (англ. *register*), *текст* (англ. *text*), *тип дискурсу* (англ. *discourse type*) [3, с. 6]. Крім того, можна зустріти такі терміни як *комунікативна практика* [10], *комунікаційний режим*, *форма комунікації* [6], *формат* [5]. Д. Кристал поряд із вживанням терміну *ситуація використання*

Інтернету (англ. *broad Internet-using situations*), запропонував використати термін *жанр* [4].

У середовищі інтернет-комунікації термін *жанр* (англ. *genre*) вперше було введено у сферу дослідження інформаційних систем на початку 1990-х років Дж. Йейтсом та В. Дж. Орліковські, які вважали, що жанри з'являються, змінюються з часом і теорія жанрів може допомогти нам зрозуміти історичні та сучасні зміни засобів масової інформації [14].

В англомовній лінгвістичній традиції зустрічається велика кількість різних трактувань *мовного жанру*:

- жанр стає комплексом формальних та суттєвих рис, які тягнуть за собою певний вплив у даній ситуації [9];

- класифікуючий вислів, який характеризується наявністю подібного контенту та форми, де контент відноситься до тематики та предмета обговорення, а форма – до фізичних та лінгвістичних особливостей, що спостерігаються [12, с. 238];

- соціально відомі типи комунікативних видів діяльності, які зазвичай встановлюються членами спільноти задля досягнення певної соціальної мети. Жанр можна визначити, виходячи з його соціально визнаної мети та загальних особливостей форми [15, с. 84];

- типові ситуації, учасники яких поділяють загальні моделі, що робить можливою успішну комунікацію [8, с. 955];

- тип комунікативних подій, що мають спільну комунікативну мету та схожу структуру, стилістичні особливості, контент та аудиторію, для якої даний тип призначений [13, с. 58];

- про жанри говорять як про певні комунікативні артефакти, пов'язані з суспільством або спільнотою людей, які характеризуються певними правилами поведінки, зростаючими очікуваннями та демонструють гібридність, індивідуалізацію та які схильні до змін;

- найбільш загальним визначенням жанру є його позначення як текстуальної категорії, яка характеризується єдністю мети та форми [11, с. 5-6].

Таким чином, проблема дослідження інтернет-жанрів тісно пов'язана з аналізом жанрів у реальній комунікації, де поряд із традиційними літературними жанрами, існують мовні жанри, що є предметом вивчення двох основних напрямків теорії мовленнєвих жанрів – генристики та жанрознавства. Вивченням жанрів в інтернет-комунікації займається такий напрямок інтернет-лінгвістики, як віртуальне жанрознавство.

Одним із напрямків дослідження віртуального жанрознавства є виділення критеріїв для класифікації інтернет-жанрів.

Як у вітчизняній, так і в зарубіжній лінгвістичній літературі можна зустріти велику різноманітність різних класифікацій інтернет-жанрів, що ґрунтуються на різних критеріях, проблема виділення яких стала однією з найактуальніших у сучасній теорії жанрів.

Наразі використовують різні класифікації жанрів інтернет-комунікації, які побудовані частково на тих самих підставах, як і класифікація жанрів традиційних сфер спілкування, частково – на нових.

У зарубіжній літературі пропонують різні параметри опису інтернет-жанрів, проте до основних параметрів дослідники відносять: комунікативну мету; структуру функціонування [7, с. 17; 13; 16, с. 63]; риторичні стратегії (вербальні та візуальні) [13]; гіпертекстовість [2, с. 2]; зміст [7, с. 17; 16, с. 63]; концепцію автора та адресата; темпоральні обмеження існування жанрів, локальні параметри існування жанру [16, с. 63]; функціональність [7, с. 17].

Проблема виявлення критеріїв виділення мовних жанрів у комунікативному просторі Інтернету надзвичайно складна і різноманітна, що веде і до різноманіття класифікацій жанрів нового комунікаційного середовища.

Так, наприклад, класифікація жанрів Д. Кристала, які, як уже згадувалося, вчений називає ситуаціями використання Інтернету, включає такі ситуації

використання інтернет-сервісів, як електронна пошта, чат у синхронному та асинхронному різновидах, мультикористувацькі світи та Всесвітню павутину [4, с. 10-14].

Таким чином, незважаючи на велику кількість досліджень, пов'язаних з інтернет-комунікацією, проблема розвитку інтернет-жанрів розроблена мало, хоч і привертає дедалі більшу увагу дослідників. Бурхливий розвиток глобальної всесвітньої павутини супроводжується переходом у мережу вже існуючих жанрів, їх розвитком, а також спонтанною появою нових жанрів [12, с. 236], активно розробляються нові літературні форми, місцем існування яких може бути лише віртуальна реальність. Таким чином, різноманітність, складність проблем, властивих інтернет-комунікації обумовлює перспективи подальшого дослідження інтернет-жанрів.

Література:

1. Щипицина Л.Ю. Жанры компьютерно-опосредованной коммуникации : монография. Архангельск: Поморский университет, 2009. 238 с.
2. 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.
3. Crystal D., Davy D. Investigating English style. London : Longman, 1969. 264 p.
4. Crystal D. Language and the Internet. Cambridge : Cambridge University Press, 2004. 272 p.
5. Dieter J. Webliteralität. Lesen und Schreiben im World Wide Web : Diss [Электронный ресурс]. F/M, 2006. 191 S. Режим доступа к журн. : <http://www.mediensprache.net/archiv/pubs/3669.pdf>.

6. Durscheid Ch. Medien, Kommunikationsformen, kommunikative Gattungen [Электронный ресурс]. *Linguistik online*. 2005. Nr. 22/1. Режим доступа к журн. : http://www.linguistikonline.de/22_05/durscheid.html.
7. Ihlström C. The Evolution of a New(s) Genre. Doctoral Dissertation. School of Information Science, Computer and Electronic Engineering, Halmstad University; Department of Informatics, Göteborg University. Gothenburg Studies in Informatics, 2004. 164 p.
8. Luders M., Proitz L., Rasmussen T. Emerging personal media genres. *New Media Society*. 2010. Vol. 12. No 6. P. 947-963.
9. Miller C.R. Genre as Social Action. *Quarterly Journal of Speech*. 1984. Issue 70. P. 151-167.
10. Runkehl J., Schlobinski P., Siever T. Sprache und Kommunikation im Internet : Überblick und Analysen. Opladen; Wiesbaden : Westdt. Verl., 1998. 240 S.
11. Santini M. Automatic Genre Identification : Towards a Flexible Classification Scheme. BCS IRSG Symposium : Future Directions in Information Access. FDIA, 2007. P. 5-10.
12. Shepherd M., Watters C., Kennedy A. Cybergenre : Automatic identification of Home pages on the Web. *Journal of Web Engineering*. Dalhousie University, Halifax : Rinton Press, 2004. Vol. 3. No.3, No.4. P. 236-251.
13. Swales J.M. Genre Analysis – English in academic and research settings. Cambridge : Cambridge University Press, 1990. 274 p.
14. Yates J., Orlikowski W.J. Genres of Organizational Communication : A Structural Approach to Studying Communication and Media. *Academy of Management Review*. 1992. Vol. 17. No. 2. P. 299-326.
15. 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. No. 1. P. 83-117.

16. Yates J., Orlikowski W.J. Genre Systems : Structuring Interaction through Communicative Norms. *Journal of Business Communication*. London : SAGE Publications, 2002. Vol. 39. No 1. P. 13-35.

Ponikarovska S. V., Fandieva A. Ye.

Boosting students' inventiveness and incentive at English classes

Kharkiv National Automobile and Highway University, Kharkiv

The concept of inventiveness (or inventiveness) is quite complex and diverse, and its aspects are usually studied and analyzed from different positions. This is one of the reasons why there is no generally accepted definition of inventiveness, and therefore we should always consider from what point of view we define this concept.

An inventive approach to teaching a foreign language is to present inventiveness as one of the many natural skills and talents that everyone has. This approach is based on the idea that everyone can use their hidden potential to be inventive under certain conditions, and that students have different forms and levels of inventiveness. The teacher's task is to stimulate their inventive potential in the learning process. Foreign language teachers have the opportunity to take advantage of the following methodological principles in order to stimulate students' inventiveness.

First, language is inventive and productive in nature. We can express or convey an idea in different ways. In addition, any expressed idea can cause many different reactions and emotions. Any sentence, phrase or word that we say or write is formed in a unique moment of communication, they can be created, formulated or paraphrased depending on the goals of the author.

Second, during foreign language classes, the teacher, in addition to the subject, can touch on the topics of philosophy, management, jurisprudence, focusing on language priorities. Under such circumstances, an inventive atmosphere is created