

УДК 004.738.5:81

Гаталяк Марта

(м. Острог, Україна)

Національний університет «Острозька академія»

ОСОБЛИВОСТІ БЛОГУ ЯК ІНТЕРНЕТ-ЖАНРУ

Тези присвячено дослідженню блогу як сучасного та од-ного з найпопулярніших інтернет жанрів сьогодення, його основним поняттям, особливостей, функцій. Проведено аналіз інтернету як каналу комунікації між автором і читачами, а також уточнюється відмінність між мовним та інтернет жанром. Розглядаються різні підходи, класифікації дослідження блогу як інтернет жанру.

Ключові слова: жанр, мережевий текст, інтернет жанр (ІЖ), мовний жанр (МЖ), веб-сайт, веб-сторінка, блог, інтернет-комунікація.

Тезисы посвящены исследованию блога как современного и одного из самых популярных интернет жанров в настоящее время, его значения, особенностей, функций. Проводится анализ интернета как канала коммуникации между автором и читателями, а также уточняется различие между речевым и интернет жанрами. Рассматриваются различные подходы, классификации блога в качестве интернет жанра.

Ключевые слова: жанр, сетевой текст, интернет жанр (ИЖ), речевой жанр (МЖ), веб-сайт, блог, интернет-коммуникация.

The research is devoted to the survey of blog as one of the modern and the most popular web genres nowadays. The author analyzes definition, peculiarities, functions, media, pragmatic, structural and language parameters of the blog. Besides, the author describes various approaches and classifications of blog as a special Internet communication genre.

Key words: genre, Internet genre, website, blog, Internet-communication.

Зі зміною та осучасненням джерел інформації на сьогоднішній день на піці популярності – всесвітня мережа Інтернет, у якій створюються нові платформи, умови для вираження себе, своїх думок, талантів, що пришвидшує, розширює та розвиває комунікацію між людьми. Унаслідок цього створились мережеві тексти, а саме велика кількість блогів, які мають різні ознаки, особливості, тому постала потреба їх глибшого вичення мережевих текстів, а також виокремлення окремих жанрів, адже їх кількість і використання з кожним днем росте все більше і більше.

Блоги досліджувались такими вченими як: О. І. Горошко, S. Krishnamurthy, R. Blood, S. Herring (група дослідників блогів BROG «(We) blog Research on Genre project»), В. Л. Волохонський жанрові особливості мережевих текстів досліджувались О. І. Горошко, Е. А. Жигаліна, Л. Ю. Щипіцина, А. Н. Тарасова

З виникненням і розвитком технологій, глобальна мережа інтернет стала не тільки невід’ємною частиною життя сучасної людини, але й найбільш повним і оперативним джерелом інформації, засобом комунікації, який дає можливість говорити та «бути почутим». Значні зміни в інформаційному та комунікативному просторі спричинили створення та розвиток нових мережевих жанрів, які характерні лише для даного виду спілкування. які функціонують у Глобальній Мережі.

Інтернет пропонує користувачеві безліч різних платформ, за допомогою яких можливо здійснювати спілкування: форуми, блоги, соціальні мережі, чати. Технічна специфіка кожної платформи обумовлює формування особливих правил комунікації, відмінних від існуючих в усній і письмовій формах спілкування. Комунікативний простір Інтернету став своєрідним середовищем, яке породжує жанри і яке сприяє виникненню нових, власних тільки цьому інформаційному середовищі [1].

Насамперед розглянемо значення поняття жанру. Згідно онлайн версії Encyclopedia Britannica жанр визначається як «особливий вид або категорія художньої композиції» [8]. Найточнішим, на наш погляд, є визначення, дане М. М. Бахтіним: Жанр – це стійкий тип тексту, об’єднаний єдиною комунікативною функцією, а також подібними композиційними і стилістичними ознаками [2, с. 255].

У той час як жанри друкованих текстів схильні до стійкості і контролю з боку видавців і редакторів, мережеві жанри відрізняються певною непередбачуваністю. Автори статті «Riding the Rough Waves of Genre on the Web» M. Santini, A. Mehler і S. Sharoff визначають жанри як і «історичні явища, які з плином часу розвиваються, виходять з моди, виходять зі вжитку» [6, с. 10-11]. На наш погляд, це визначення влучне саме для жанрів мережевих текстів: вони являють собою історичні об'єкти з обмеженим життєвим циклом, так як їх функціонування безпосередньо пов'язане з розвитком комп'ютерних технологій. Іншими словами, науково-технічний прогрес може спричинити зміни в якості і кількості жанрів мережевих текстів.

Проте серед деяких робіт вчених у сфері вивчення жанрів, дуже часто інтернет-жанри (ІЖ) прирівнюються до мовних жанрів (МЖ). Проблема полягає у тому, що інтернет комунікація – це складна полікодова система, в якій мова кодує лише один з потоків інформації. ІЖ як тип інтернет-комунікації є багаторівневою полікодовою системою, які не співвідносяться з МЖ. Крім того, багато ІЖ (наприклад, новинний портал, особистий сайт) володіють складною структурою і складаються з багатьох текстів, часто різномірних, що робить цю систему набагато ширшою, ніж МЖ.

В счасній лінгвістиці неодноразово робилися спроби опису і класифікації ІЖ. Як критерії та підстави для їх опису і виділення пропонувались найрізноманітніші параметри. За висновком О. І. Горошко і Е. А. Жигаліної, більшість дослідників виділяють ІЖ за принципом об'єднання ресурсів, подібних за такими ознаками: інтенції адресанта (повідомлення / спілкування); структуризація вмісту; реальності / ірреальності спілкування у часі [7]. Бачимо, що питання про критерії виокремлення мережевих жанрів залишається відкритим, яке потребує подальшого теоретичного дослідження, оскільки за вищевказаними критеріями жанри вирізняються більшою мірою емпірично, технічно, аніж по лінгвістичним ознакам.

На погляд дослідниць Е. А. Баженової та І. А. Іванової більш перспективним підходом до диференціації жанрів комп'ютерно-опосередкованої комунікації пропонує Л.Ю.Щипіцина, яка вра-

ховує такі параметри жанрів: медійні, прагматичні, структурно-семантичні і мовно-стилістичні. Л. Ю. Щипіцина виокремлює такі медійні параметри як:

- оформлення жанру, тобто розташування на екрані елементів програми і тексту (заголовки, колонки, списки; інформація, яка автоматично додається до повідомлення; порядок появи нових повідомлень на екрані; розмір тексту; автоматичне оформлення цитат і т. п.);

- мультимедійність (в іншій термінології “креолізованість”, “полікодність”), тобто реалізація тексту одночасно на декількох (щонайменше на двох) рівнях – вербальному і графічному;

- гіпертекстуальність, тобто побудова тексту з окремих, з’єднаних гіперпосиланнями блоків, порядок сприйняття яких не є жорстко заданий;

- інтерактивність, тобто здатність читача активно впливати на зміст, зовнішній вигляд і тематичну спрямованість комп’ютерної програми або електронних ресурсів; можливість спілкуватися;

- синхронність, тобто можливість одночасного або майже одночасного створення повідомлення і відповідної репліки на нього;

- кількість (міжособистісна, групова, масова комунікація) і вираженість комунікантів (експлікований або анонімний учасник комунікації) [4, с. 40–41].

На основі вищенаведених параметрів можемо виділити такі жанри мережевих текстів: 1) веб-сайт (інформаційних (новинна стрічка і рекламних (SEO, який продає, оглядовий текст)); 2) електронні книги, газети і журнали; 3) електронні листи; 4) блоги; 5) форуми; 6) чати; 7) обмін миттєвими повідомленнями; 8) тексти соціальних мереж.

Перейдемо до ширшої характеристики одного з найпопулярніших мережевих жанрів сьогодення – блогу. Термін “блог” був створений шляхом скорочення слова “веблог” (англ. weblog – “мережевий бортовий журнал”). Це було зроблено Пітером Мерхольдзом, який в квітні 1999 розмістив на своїй веб-сторінці Peterme.com фразу “we blog” (яку можна перевести як “ми ведемо блог”). Термін “веблог” був створений Йорн Баргер 17 груд-

ня 1997 роки опису списку посилань на його сайті RobotWisdom.com. Ці посилання були свого роду записами в бортовому журналі (англ. log) віртуального мандрівника – по аналогії з бортовими журналами на кораблях.

Сьогодні існує чимало визначень цього поняття. Найуніверсальніше пояснення дає Англійська вікіпедія та дослідниця С.Херінг: “веб-сайт, зазвичай підтримуваний індивідумом, що містить регулярні записи з коментарями, описами подій або іншими матеріалами, такими як графіка або відео. Записи зазвичай відображаються у зворотньому хронологічному порядку” [9].

Водночас словник Вебстера дає таке вужче визначення блогу: “мережевий щоденник; персональний хронологічний журнал думок, що публікується на веб-сторінці; також називається веблог” [10]. Базуючись на концепції Л. Ю. Щипіциної [4, с. 27–63], проаналізуємо феномен блогу крізь призму медійних, прагматичних та структурно-семантичних параметрів.

Медійні параметри блогу. Дослідниця зазначає, що оформлення, або інтерфейс, жанру допомагає відрізнити один ІЖ від іншого, подібно обкладинці друкованої книги, і тому є одним з найважливіших складових медійної характеристики ІЖ [4, с. 30]. Оформлення блогу вельми варіативно. Це пов'язано з тим, що він може бути створений в рамках будь-якого блогowego сервісу (Livejournal, LiveInternet, Diary, Blogger.com і т.д.), сайту (корпоративні блоги) або ж на окремії платформі (так звані stand-alone блоги).

Однак для будь-якого блогу обов'язковими є такі елементи як: профіль користувача, стрічка записів (основна сторінка), “стрічка друзів” (записи інших блогерів, який читає автор) та мультимедійний контент, який може бути представлений в 3 варіантах: лише текстове наповнення; текстова інформація + (аудіо, відео, графічні) додатки; переважна частина блогу – мультимедійне наповнення. Важливим медійним параметром також є інтерактивність та кількість комунікантів блогу.

Прагматичні параметри блогу. Наявність адресанта (автор блогу або дуже рідко група людей, яка працює колективно над матеріалом) та адресата (реального і потенціального). Комуніка-

тивна ціль блогу є багатоаспектною. Наприклад, дослідник В. Л. Волохонський в своїй статті виділяє такі цілі, які ставлять перед собою автори/читачі блогів: отримання інформації; знайти однодумців і отримати зворотній зв'язок; відстеження реакції публіки на ті чи інші дії; писання/читання заради соціалізації, відчуття причетності до життя відомих людей [3].

В ході дослідження проведеного Live Journal у 2005 році, було виділено такі функції блогів (4 диплом): 1) комунікативна, 2) самореферентивна, 3) згуртування та отримання соціальних зв'язків, 4) саморозвиток та рефлексія, 5) структуризація свого мислення шляхом його вербалізації за принципом думаю, коли пишу (на англ. "think by writing") та створення мемуарів.

Структурно-семантичні параметри. Л. Ю. Щипіцина виділяє в структурі ІЖ "вертикальну" будова (жанро-композиційні елементи, наприклад, блоки веб-сторінок) і "горизонтальну" будову (особливості розгортання теми і типи темо-рематичних прогресій) [5, с. 172]. Конкретизуючи ці положення стосовно ІЖ блогу, можна сказати, що його «вертикальну» будову творять окремі записи, розташовані в зворотньому хронологічному порядку, об'єднані заголовком, підзаголовком, системою тегів і рубрик, а також повні тексти записів у взаємодії з коментарями.

Семантична єдність блогу багато в чому обумовлена цілями і пріоритетами автора, але незалежно від змісту окремих записів стрічка має однакову структуру і організовується переважно за хронологічним принципом. Говорячи про «горизонтальну» будову досліджуваного нами ІЖ, слід зазначити, що блог в цілому може бути як політематичним (таких більшість), так і монотематичним. Тексти блогу (як записи, так і коментарі) організовуються швидше цілісно-завершеною тематичною прогресією, ніж спонтанно-асоціативною, що обумовлено асинхронним характером комунікації.

Отже, ми розглянули поняття жанру та інтернет жанру, їх відмінності. Описали підходи різних дослідників до опису та виділення ІЖ. Детально показали перспективний підхід Л.Ю.Щипіциної до диференціації жанрів комп'ютерно-опосередкованої комунікації та на основі якого біло зроблено класифікацію жанрів ме-

режевих текстів. Окрім цього, охарактеризували поняття блогу та його особливості як інтернет жанру через призму медійних, прагматичних та структурно-семантичних параметрів.

Література:

1. Горошко О. І. Інтернет-жанр і функціонування мови в Інтернеті: спроба рефлексії – Жанри мовлення. Випуск 6. Жанри і мова. – Саратов: Наука, 2009. – С. 111–127.

2. Бахтін М. М. Проблема мовних жанрів. Естетика словесної творчості. – Москва: Искусство, 1986. – 270 с.

3. Волохонський В.Л. Психологічні механізми і основи класифікації блогів // Особистісна і міжособистісна взаємодія в мережі Internet. Блоги: нова реальність. / За ред. Волохонського В. Л., Зайцевої Ю. Е., Соколової М. М. – СПб.: Издательство СПбГУ, – 2006.

4. Щипіцина Л. Ю. Жанри комп'ютерно-опосередкованої комунікації. – Архангельск: Поморський ун-т, 2009. – 238 с.

5. Щипіцина Л. Ю. Комплексна лінгвістична характеристика комп'ютерно-опосередкованої комунікації (на матеріалі німецької мови). – Дис. д-ра філол. наук. – Воронеж, 2011. – 446 с.

6. Mehler A., Sharoff S., Santini M. Riding the Rough Waves of Genre on the Web, Berlin: Springer, 2010. – 378 p.

7. Горошко О. І., Жигаліна Е.А. Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное, 2011. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.textology.ru/article.aspx?ald=223>

8. Encyclopedia Britannica [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.britannica.com/>.

9. Blog. Wikipedia, The Free Encyclopedia [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://en.wikipedia.org/wiki/Blog>

10. Meriam-Webster Online Dictionary since 1828 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.merriam-webster.com/>