

К ПРОБЛЕМЕ ЭКСТРАЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ИНТЕРНЕТ-ДНЕВНИКОВ (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)

E.V. Klyueva

ON THE ISSUE OF EXTRALINGUISTIC CHARACTERISTICS OF INTERNET DIARIES (ON THE MATERIAL OF GERMAN LANGUAGE)

Интернет-дневники в последнее время приобрели большую популярность среди всех слоев населения. Это сайты, на которых в обратном-хронологическом порядке расположены дневниковые заметки на разные темы [11]. Блог основывается на традиционном жанре «дневник», но его существенным отличием является публичность. Блоги стали важнейшим средством выражения общественного мнения. Интернет-дневники могут выступать как средство неформального межличностного общения, как средство массовой коммуникации и как средство саморекламы для знаменитых политиков, актеров и пр., для которых ведение дневника – часть их работы.

Блогосфера – это коммуникативная среда, которая предоставляет пользователям широкие возможности. Высказывания в блогах носят более распространенный и цельный характер, чем в других разновидностях электронного общения – чатах, форумах и т.д. Блог объединяет характеристики стандартной личной страницы и свойства форматов неформальной сетевой коммуникации. Здесь язык реализует такие функции, как сообщение, общение, воздействие. Учитывая возможность дополнения текста дневника аудиозаписью, фотографией или видеофайлом, мы можем считать блоги переходной ступенью между общением посредством визуального и аудиовизуального кодов, но подавляющее большинство сетевых дневников носит визуально-графический характер [8], хотя и существует небольшой процент так называемых видеоблогов.

¹ Старший преподаватель кафедры иностранных языков НОУ ВПО «Российский новый университет», соискатель ИИЯ МГПУ, факультет романогерманской филологии, кафедра немецкого языка и СТО.

© Ключева Е.В., 2014.

Электронный текст скомбинирован из устной и письменной речи. По словам Н. Бэрона, электронный дискурс характеризуется большим количеством устных, разговорных выражений, несмотря на письменную форму речи (2008). А. Травин пишет, что виртуальную коммуникацию можно считать «мостиком между письменной речью (линейной в пространстве и имеющей возможность быть исправленной) и устной речью (линейной во времени, когда сказанное нельзя отменить)» [10]. Е.И. Литневская говорит о том, что электронные тексты принципиально письменные и вводит понятие «письменная разговорная речь» (2006). Мы считаем, что интернет-коммуникация носит гибридный, устно-письменный характер, вобрав в себя черты обеих форм. С одной стороны, высказывания в интернет-дневниках более развернутые и продуманные, то есть носят черты письменной речи. С другой стороны, записи богаты аббревиатурами, сокращениями, сленгом, то есть элементами устной речи.

Остановимся подробнее на экстралингвистических особенностях текстов блогов.

Один из способов визуализации текста – это сопровождение его гиперссылками. Сама система ссылок не нова, ссылки часто присутствуют как в словарях, так и в произведениях художественной литературы, но в электронных текстах они имеют свою специфику. М. Визель в своей работе пишет, что «ссылка в гипертексте – это “материализовавшаяся” коннотация, аллюзия в тексте обычном... процесс смены “гуттенберговой цивилизации” “цивилизацией образа”: аллюзии и намеки визуализируются, огрубляются, вытаскиваются на поверхность» [4]. В интернет-дневниках создаются гиперссылки на имена пользователей, на ключевые слова,

на даты создания записей, на посещенные объекты, просмотренные фильмы и т.д. Таким образом, если в бумажном тексте автору приходилось самому описывать событие или объект, о котором шла речь, то в электронном тексте чаще можно увидеть гиперссылку на сайт с описанием. В дневниках гиперссылки могут иллюстрировать отношения «название – текст в полном объеме» [5], например: “*Die Pressemeldung fand sich nun in den Onlinemedien wie Focus, Heise Autos, Yahoo, Autoflotte-Online, und Presstext*” *ch und anderen wieder* (<http://carshare-d.blogspot.com/2010/02/groes-carsharing-wachstum.html>). В этом примере гиперссылки, представляющие собой подчеркнутые словосочетания, интегрированы в состав исходного текста. Пользователь, читающий дневник, может прервать линейное чтение текста и, перейдя по любой из гиперссылок, попасть на интернет-сайты названных источников. Такие гиперссылки производят номинацию текстового блока. Этот вид ссылок отличается большим разнообразием, поскольку он используется для номинации абсолютно любых текстовых блоков. Существует также иной тип отношений, при котором в качестве гиперссылки используются побуждающие к действиям глаголы или наречия (*mehr; jetzt, kommentieren, start*), визуальные элементы (значок →, календарь, в котором каждое число, когда была создана новая запись, является гиперссылкой на нее и пр.). Гиперссылки такого рода обозначают действие, которое вызовет переход по ним, то есть являются своеобразными элементами навигации по странице [12]. Такие ссылки не отличаются большим разнообразием, потому что набор действий, к которым они призывают, ограничен. Использование различных гиперссылок позволяет разнообразить и облегчить восприятие текста и дальнейшую работу с ним (комментирование, цитирование и пр.). Гиперссылки обоих типов выполняют разные функции, но в некоторых случаях могут дополнять друг друга, например, открывая интернет-дневник, можно увидеть перечень записей. Перейти на одну из записей можно, нажав либо на заголовок (являющийся гиперссылкой первого типа), либо на слово *mehr* (являющееся гиперссылкой второго типа).

Основываясь на многочисленных примерах, мы считаем, что можно говорить о дейктической трактовке гиперссылок. Авторы текстов, рассказывая об объектах, которые они посетили или собираются посетить, сопровождают свои слова гиперссылками на страницы этих объектов, что позволяет в этих случаях говорить о пространственном дейксисе наряду с типичными

его проявлениями. Нередко это сопровождается использованием временного дейксиса, когда уточняются дата и время посещения объекта. Кроме того, записи в дневниках расположены в обратном-хронологическом порядке и отмечены на календаре, даты создания новых записей выделены и являются гиперссылками, что может быть трактовано как своего рода проявление временного дейксиса.

Продолжая разговор о визуализации, нам представляется важным упомянуть те случаи, когда в размещенных в дневниках записях присутствуют фотографии и иные изображения, которые могут дополнять текст или, в некоторых случаях, полностью заменять его. В этой связи мы кратко остановимся на понятии «креолизованные тексты». Их определяют как «тексты, фактура которых состоит из двух негомогенных частей (вербальной языковой (речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык) [9, с. 180–181]. Этим вопросом занимались Е.Е. Анисимова, В.М. Березин, О.Л. Каменская, Л.С. Большаянова, S.D. Sauerbieg и др.

Появление исследований на эту тему связано с ростом интереса к визуализации и изобразительности в современной лингвистике, обусловленным требованиями современной коммуникации. По наблюдениям В.М. Березина, «иллюстрирование ныне все шире становится элементом текстообразования. Уровень интегрированности всех изобразительных средств, равно как и других знаковых образований, в единое текстуальное пространство печатных и электронных изданий весьма высок» [3, с. 162]. В интернет-дневниках можно найти множество примеров креолизованных текстов с разной степенью соотношения вербальной и изобразительной части, в большинстве случаев изображения дополняют и подкрепляют текст, не неся при этом самостоятельной смысловой нагрузки. Нам кажется интересным привести пример из так называемого фотоблога, в котором основная нагрузка возложена именно на изображение.

Если говорить о специфике визуального оформления текстов блогов, то важно указать, что при их составлении важную роль играют экстралингвистические средства, доступные при работе в Интернете: всевозможные смайлы и значки, то есть субституты, передающие эмоциональное состояние автора, шрифты, подчеркивания, выделения цветом и пр. Иероглифическая система смайлов – это важный аспект формирования виртуального языка. Они служат для передачи эмоций, настроения, интонации авторам,

многим пользователям тексты без них уже представляются «сухими», с оттенком официальности. Шрифты, подчеркивания также служат для передачи настроения, для выделения наиболее существенных моментов и ключевых слов, для «восклицания». Авторы нередко выбирают шрифт, похожий на почерк человека, создавая атмосферу традиционного бумажного послания. Цветовая гамма может указывать, во-первых, на пол автора – девушки часто выбирают теплые оттенки для фона страницы и шрифта, мужчины выбирают темные оттенки или черный цвет, во-вторых, на эмоциональную нагрузку сообщения (например, красный цвет указывает на опасность и т.п.). В интернет-дневниках часто используются приемы устной речи: сокращения, междометия, сленг, прослеживается тенденция к аббревиатурам, транскрибированию.

Для электронной коммуникации важны удобство и быстрота, следовательно – экономия усилий отправителя и получателя. В связи с этим целесообразно упомянуть явление аббревиации. В сети Интернет могут использоваться как уже имеющиеся в языке аббревиатуры, так и созданные в процессе электронной коммуникации, характерные только в этой среде. Использование аббревиатур целесообразно, поскольку это служит оптимизации речевого сообщения и экономит материальные элементы языка, кроме того, это актуально в связи с потребностью наименования новых понятий. По прошествии времени аббревиатуры превращаются в самостоятельные лексические единицы блогосферы, что могло бы говорить в пользу развития языка электронной коммуникации. Чтобы выделить важнейшую часть сообщения, авторы используют прием написания части текста заглавными буквами или многократного повторения одной графемы с целью «растягивания» слова. При помощи пунктуации можно выделить темп речи: многоточия указывают на замедленный, а обилие запятых – на ускоренный темп [2].

Итак, интернет-дневники – это важнейшее средство коммуникации в современном мире, сочетающее в себе черты устного и письменного общения. Коммуникация такого рода может преследовать различные цели, но, как правило, всех авторов объединяет желание быть услышанными. Интернет-дневники содержат определенный набор экстралингвистических средств, структурирующих запись и облегчающих ориентацию на сайте. Некоторые из этих средств, например гиперссылки, могут носить дейктический характер. Интернет-дневники могут состоять из вербальной и невербальной частей – видео, гра-

фического изображения и др., необходимых для иллюстрации сказанного. Также дневники могут содержать так называемые смайлы и прочие значки, передающие эмоциональное состояние автора и аббревиатуры для экономии усилий. Таким образом, мы приходим к выводу, что этот сравнительно молодой вид коммуникации уже имеет определенный набор характеристик и особенностей, свойственных только ему, и этот перечень увеличивается с течением времени.

Литература

1. Акбилек Е.А. Инфинитив и инфинитивные конструкции в художественном переводе с английского на немецкий язык (на материале переводов произведений Ч. Диккенса «Тяжелые времена», «Давид Копперфилд» и «Оливер Твист»). Актуальные проблемы прикладной и экспериментальной лингвистики // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2008. – Выпуск 556. – Серия «Лингвистика». – С. 11–21.
2. Бергельсон М.Б. Языковые аспекты виртуальной коммуникации // Вестник МГУ. – Сер. 19 «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – 2002. – № 1.
3. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. – М., 2003. – 174 с.
4. Визель М. Гипертексты по ту и эту сторону экрана // Иностранная литература. – 1999. – № 10. – С. 169–177.
5. Дедова О.В. Теория гипертекста и гипертекстовые практики в Рунете. – М. : МАКС Пресс, 2008. – 284 с.
6. Литневская Е.И., Бакланова А.П. Психолингвистические особенности Интернета и некоторые особенности чата как исконного сетевого жанра // Вестник МГУ. – 2006. – № 6. – Серия 9. «Филология». – С. 46–60.
7. Мороз И.Н. Студент, преподаватель, компьютер в изучении и преподавании иностранного языка на неязыковом факультете университета // Вестник Российского нового университета. – 2006. – Выпуск 10.
8. Рязанцева Т.И. Гипертекст и электронная коммуникация. – М. : ЛКИ/ URSS, 2010. – 256 с.
9. Сорокин Ю.А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. – М., 1990.
10. Травин А. Виртуальная коммуникация как синтез письменной и устной речи. URL: http://machomachomacho.ya.ru/replies.xml?item_no=2828 , свободный, дата обращения: 08.01.2014.

11. Трофимова Г.Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России (функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты) : монография. – 2-е издание, исправленное и дополненное.– М. : Изд-во РУДН, 2008. – 300 с.

12. Щипицина Л.Ю. Компьютерно опосредованная коммуникация: лингвистический аспект анализа. – М. : КРАСАНД, 2010. – 296 с.