

## ИНТЕРНЕТ-ЖАНРЫ

УДК 81'38:004.738.5

DOI: 10.18500/2311-0740-2017-1-15-92-100

Е. И. Горошко  
Е. А. Землякова  
Харьков, Украина

Olena I. Goroshko  
Olena O. Zemliakova  
Kharkiv, Ukraine

**ПОЛИФОРМАТНЫЙ МЕССЕНДЖЕР  
КАК ЖАНР 2.0 (на примере мессенджера  
мгновенных сообщений Telegram)**

**POLYFORMAT MESSENGER TELEGRAM  
AS A GENRE 2.0 (on the example of messenger  
of instantaneous report Telegram)**

*Исследование посвящено вопросу становления понятия жанр 2.0, выявлению проблемных областей современного виртуального жанроведения и актуальных подходов его анализа. В статье анализируются коммуникативные, морфологические, лексические, синтаксические и паралингвистические особенности общения в мессенджере как новом жанре 2.0 интернет-коммуникации. Коммуникативная ситуация общения в мессенджере представлена разговорным дискурсом и детерминирована, с одной стороны, фактом своей синхронности (по большей части), а с другой – технологическими особенностями клиентской программы, с помощью которой осуществляется коммуникация.*

**Ключевые слова:** интернет-жанр, интернет-коммуникация, жанр 2.0, мессенджер, модель жанра.

*The study is devoted to the concept of genre 2.0 development, the identification of problem areas of modern virtual genre studies and relevant approaches to its analysis. The article analyzes communicative, morphological, lexical, syntactic and paralinguistic features of communication in the messenger as new genre 2.0 of Internet-communication. The communicative situation of interaction via messengers is represented by a spoken discourse and is determined, on the one hand, by the fact of its synchronism (for the most part), and, on the other hand, by the technological features of the client program with the help of which communication is carried out.*

**Key words:** Internet-genre, Internet-communication, genre 2.0, messenger, genre model.

**Сведения об авторах:** Горошко Елена Игоревна, доктор филологических наук, доктор социальных наук, профессор кафедры межкультурной коммуникации и иностранного языка.

**Место работы:** Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт».

**E-mail:** olena\_goroshko@yahoo.com

Землякова Елена Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры межкультурной коммуникации и иностранного языка.

**Место работы:** Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт».

**E-mail:** cafedramkia.ntuhpi@gmail.com

**About the authors:** Goroshko Olena Igorivna, Doctor of Philology, Doctor of Sociology, Professor of the Chair of Cross-Cultural Communication and Foreign Languages.

**Place of employment:** National Technical University “Kharkiv Polytechnic Institute” Department.

**E-mail:** olena\_goroshko@yahoo.com

Zemliakova Olena Oleksandrivna, Candidate of Science, Assistant Professor of the Chair Cross-Cultural Communication and Foreign Languages.

**Place of employment:** National Technical University “Kharkiv Polytechnic Institute”.

**E-mail:** cafedramkia.ntuhpi@gmail.com

По мере развития сети Интернет и увеличения количества её пользователей (на 2017 г. это число стало равным 3 675 824 813, что составило 50.1% всех жителей земного шара) [1], усилилось влияние сети на язык, что привело к возникновению нового направления в языкознании – *интернет-лингвистики* [2]. Одной из наиболее быстро развивающихся ее областей становится *цифровое или виртуальное жанроведение*, описывающее все разнообразие жанров, воз-

никающих в новых коммуникативных средах. Частью этого направления является изучение жанров социальных медий, что привело к понятию *жанр 2.0*, которое обозначает жанровые форматы, возникающие под воздействием социальных медий [3]. И это понятие – *жанр 2.0* – к настоящему моменту охватывает все то жанровое разнообразие, которое возникает, начиная с блогов, социальных сетей и видеохостингов и кончая особенностями коммуникаций в мгновенных полиформатных

мессенджерах, которыми являются, например, сервис Telegram или WhatsApp (то есть таких интернет-сервисов, в которых могут мгновенно передаваться текстовые, видео- и аудиосообщения).

Если посмотреть на развитие этого направления в рамках как интернет-лингвистики, так и классического жанроведения (теории жанров в языкознании), то наиболее актуальными выглядят следующие проблемные вопросы:

- Обладают ли интернет-жанры исключительными характеристиками, которых не имеют традиционные письменные или устные жанры, и насколько систематически эти исключительные характеристики появляются?
- Что происходит с традиционными жанрами при их «переносе» в интернет-среду – что является стабильным, а что изменяется? Насколько происходящее является устойчивым в новых технологических средах?
- Если в интернет-среде появляются новые жанры, насколько они могут быть связаны со старыми и в какой степени их появление может быть обусловлено существованием традиционных жанров?
- Существует ли между цифровыми и традиционными жанрами что-то общее, устоявшееся, и если да, то каким образом это может быть концептуализировано [4 : 9]?

Более того, эволюция форм человеческого общения, которая была частично обусловлена и новыми коммуникативными технологиями, включая сеть Интернет, привела к тому, что произошел сдвиг в самом традиционном жанроведении – от рассмотрения жанра как формы к его рассмотрению как социального действия, реализуемого в определенном социокультурном контексте, решающего риторические задачи и «выполняющего определенные групповые функции» [5 : 28]. Жанр начинает рассматриваться как соединение семиотической субстанции (семантики), формы (синтаксиса) и действия (прагматики) или, по выражению Каролин Миллер, жанр представляет собой *ситуационно-обусловленное соединение формы и содержания* [6 : 153]. И на современном этапе на первый план уже в цифровом жанроведении выходят понятия *действие* и *ситуация* [5 : 28]. А Майкл Веш, анализируя новые интернет-технологии веб 2.0, утверждает, что контент не может рассматриваться вне его формы и именно форма действует на то и как мы взаимодействуем с жанрами, так же как и с текстом, как в цифровом формате, так и в бумажном [7]. Это утверждение Веша перекликается со знаменитым высказыванием Маршалла Маклюэна о том, что канал (медиа) – это сообщение.

При рассмотрении жанровой формы Эми Девитт предлагает четыре базовых принципа для ее консолидированного изучения:

- жанровые формы имеют смысл только при их рассмотрении в полном контексте – как социокультурном, так и личностном;
- жанровые формы могут широко варьироваться как в синхронии, так и в диахронии, и не могут рассматриваться только через односторонние и статические подходы;
- жанровые формы могут меняться в зависимости от каждого определенного жанра, но все эти жанры имеют общую основу (формат);
- жанровые формы по сути меж-жанровы, и они взаимодействуют с формами других жанров [5 : 35].

Исследовательница сравнивает жанровую форму и действие как фигуру и фон, которые могут меняться местами в зависимости от исследовательского фокуса в их изучении [Там же: 45].

**Целью** данной статьи является исследование коммуникативных, морфологических, лексических, синтаксических и паралингвистических особенностей общения в мессенджере как новом жанре 2.0 интернет-коммуникации.

**Материалом** для исследования выступили тексты переписки и голосовые сообщения, переданные с помощью программ мгновенного обмена сообщениями.

**Объектом** изучения стали жанры 2.0 как новое направление цифрового жанроведения, а его **предметом** были выбраны особенности характеристик жанра 2.0, реализуемого в новом формате мессенджера.

По информации исследовательской компании J'son & Partners Consulting, в России программами мгновенного обмена сообщениями пользуются почти 60% обладателей смартфонов. При этом бесспорным лидером по популярности является Viber, за ним следует WhatsApp [8]. Такая распространенность мессенджеров свидетельствует в пользу **актуальности** их исследования.

В марте 2017 г. нами было проведено собственное исследование (в виде онлайн-опроса) ряда вопросов, касающихся использования мессенджеров. В опросе приняли участие свыше 500 случайных респондентов, из которых 92,7% ответили утвердительно на вопрос, пользуются ли они мессенджерами, из них 43,1% общаются с помощью программ мгновенного обмена сообщениями очень часто, а 33,7% – несколько раз в день.

Самым популярным мессенджером оказался Viber, которым пользуются 81,9% людей, принявших участие в опросе. За ним следуют Skype (57,4%), Facebook Messenger (31%), WhatsApp (23,6%) и Telegram (15,1%). 40,7%

респондентов отмечают, что тематика их переписки носит преимущественно личный или бытовой характер, в то время как 54,5% обсуждают в мессенджерах как личные, так и рабочие вопросы. У 55,1% опрошенных программа мгновенного обмена сообщениями установлена и на персональном компьютере, и на мобильном устройстве. При этом 81,3% отмечают, что чаще общаются в мессенджерах со смартфона или планшета. Интересно, что 76,3% участников опроса принимают участие в групповой переписке, из них 28,5% общаются в группах, по меньшей мере, несколько раз в день.

Проведенный лингвистический анализ сообщений (было проанализировано свыше 500 сообщений, собранных в марте-апреле 2017 г.) в мессенджерах Viber и Telegram показал, что наиболее отличительными коммуникативными характеристиками этого типа общения являются:

- диалогичность;
- устно-письменный характер используемой речи;
- снижение речи;
- экспрессивность.

Данные характеристики обуславливают выбор коммуникантами лингвистических и паралингвистических средств.

**Диалогичность** – это выражение в тексте (его организации) средствами языка взаимодействия общающихся в коммуникативно-познавательном процессе, понимаемое как соотношение двух или более смысловых позиций: это и учет позиции адресата (читателя), и второго «Я», и возможных оппонентов, а также отражение в речи собеседника диалога [9 : 138]. По мнению Т. Н. Колокольцевой, есть все основания говорить о том, что нигде и никогда ранее данная категория не получала столь мощного и впечатляющего воплощения, как в интернет-коммуникации [10 : 129].

К лингвистическим проявлениям диалогичности, наиболее часто встречающимся в коммуникации с помощью мессенджеров, следует отнести восклицательные предложения, императив, незаконченные предложения, употребление личных местоимений 1-го и 2-го лица, глаголов в форме 1-го и 2-го лица, междометий и т. д.

Интересно, что сообщения в мессенджерах имеют форму долговременного диалога, что отличает данный жанр интернет-коммуникации от остальных. Общение с помощью программ мгновенного обмена сообщениями организовано без привязки к теме их разговора. Тема диалога может меняться как в реальной жизни.

**Устно-письменный характер используемой речи.** Главное различие между устной

и письменной формами речи заключается в том, что каждая имеет собственную, специфическую, материальную основу своего существования. Материальной основой устной речи являются звуковые волны, распространяющиеся в воздухе; материальную основу письменной речи составляют буквы на контрастном фоне, фиксированные любым способом (краской, светом и т. д.) [11].

Устная речь – это речь звучащая, функционирующая в сфере непосредственного общения, тогда как письменная – речь фиксированная, опосредованная вспомогательной знаковой системой, а также временем и расстоянием [12].

Язык, используемый в коммуникации с помощью программ мгновенного обмена сообщениями, существенно отличается как от письменной, так и от устной форм нормированного литературного языка. Благодаря скорости отправки и получения сообщений в мессенджерах применяемая речь все более и более приобретает черты устной. Использование специальных графических символов – эмодзи – для передачи эмоций, применение паралингвистических символов, лаконичных и выразительных сокращений (осуществление коммуникации средствами других семиотических систем) и многие другие признаки позволяют говорить о существовании нового устно-письменного типа речи. Подобно устному типу речи коммуникация с помощью мессенджеров регламентируется законами удобства, простоты и экономии усилий. Подобно письменному – имеет письменное начертание.

Устно-письменный характер общения проявляется в использовании синтаксически неполных конструкций, большом количестве разговорной и жаргонной лексики. Среди языковых проявлений данной коммуникативной характеристики следует упомянуть также и упрощенную транскрипцию (*здэрасте, канеш, ваще, ничоси*). Данное явление – не только результат действия закона экономии времени и усилий, но также может рассматриваться как проявление языковой игры.

**Снижение речи** является всеобщей тенденцией, характерной для интернет-коммуникации, проявляющейся в первую очередь в широком употреблении ненормативной лексики. «Приходится с сожалением констатировать, что на коммуникативном пространстве Интернета наблюдается достаточно массовое нарушение этических норм речи, норм речевого этикета и нетикета (сетового этикета)» [13 : 16].

Данная коммуникативная особенность проявляется в употреблении ненормативной лексики, огрублении языка, его оскудении, снижении культуры речи и т.п.

**Экспрессивность** – свойство определенной совокупности языковых единиц, обеспечивающее их способность передавать субъективное отношение адресанта к содержанию или адресату речи, а также совокупность качеств речи или текста, организованных на основе таких языковых единиц [14]. Данное понятие трактуется в лингвистической научной литературе весьма неоднозначно. Наиболее часто при этом экспрессивность понимается как «...выделение каким-либо способом того или иного содержания из ряда других передаваемых содержаний» [15 : 133].

Общение с помощью программ мгновенного обмена сообщениями является эмоционально насыщенным с высокой степенью аграмматизма и использованием графических средств для акцентного и интонационного выделения. Среди наиболее часто встречающихся средств экспрессивности следует выделить эмоционально-оценочную лексику, инверсию, эллипсис, многократный повтор знаков препинания.

Особенный интерес вызывают жанровые особенности общения в мессенджере. Принимая во внимание особенности интернет-коммуникации, существенно отличающие ее от традиционной коммуникации, а также обобщив и модифицировав результаты жанрового моделирования Ф. С. Бацевича [16], Е. А. Пономаренко [17] и Т. В. Шмелевой [18], мы проанализируем общение в мессенджере по следующим критериям:

- 1) коммуникативная цель;
- 2) концепция адресанта;
- 3) концепция адресата;
- 4) событийное содержание;
- 5) фактор коммуникативного прошлого;
- 6) фактор коммуникативного будущего;
- 7) формальная структура;
- 8) лингвистический дизайн.

*Коммуникативной целью* общения в мессенджере могут быть различные операции с информацией (ее запрос или предоставление, подтверждение или опровержение). Часто общение, опосредованное программами мгновенного обмена сообщениями, ведется с фатической целью, а именно «для того, чтобы установить, а затем либо продлить, либо прервать общение, т.е. проверить, работает ли канал связи, а также для того, чтобы привлечь внимание собеседника и удержать его в случае надобности» [19 : 201].

– Холодина, ужас просто...  
– И не говори. Брррр

Вслед за О. К. Голошубиной [20] мы определяем общение в мессенджере как информационно-фатический жанр.

*Концепция адресанта и концепция адресата* тесно связаны с коммуникативной целью и являются когнитивно-прагматическими категориями. Адресантом коммуникации с помощью программ мгновенного обмена сообщениями может выступать человек любого пола и возраста, умеющий пользоваться программой и имеющий в ней свой аккаунт. Количество коммуникантов может варьироваться от двух и до двухсот-трехсот человек в случае, если речь идет о групповой переписке. Инициатор общения зачастую определяет его тему, содержание и форму, которые по большей части напрямую зависят от отношений между коммуникантами. Чем ближе эти отношения – тем неформальнее общение. По своему положению общающиеся чаще всего равны, однако могут быть и исключения, например, в ситуации рабочей переписки.

Ввиду того что в структуре данного жанра заложен принцип диалогичности, в процессе общения с помощью программ мгновенного обмена сообщениями происходит постоянная смена коммуникативных ролей – передача роли говорящего от одного участника общения другому, обуславливающая завершение отдельного коммуникативного вклада предыдущего субъекта и взятие права на коммуникативный вклад другим [21]. Иными словами, в процессе коммуникации адресант и адресат меняются ролями.

*Событийное содержание* РЖ интернет-коммуникации обуславливается несколькими факторами: национальной спецификой, изменением прагматических и иллокутивных критериев, взаимодействием разговорной и письменной речи, следованием определенным коммуникативно-поведенческим сценариям и (или) их модификациям [22].

Более половины респондентов, принявших участие в нашем опросе, отмечают, что активно используют мессенджеры для обсуждения как деловых, так и личных вопросов. Свыше 40% отметили, что общаются в основном на темы, связанные с межличностными отношениями. Таким образом, общение с помощью программ мгновенного обмена сообщениями отличается политематичностью и во временной перспективе за некоторыми исключениями приурочено к настоящему.

*Фактор коммуникативного прошлого* определяется исследователями как отношение высказывания данного жанра к ранее сказанному в цепи речевого общения, а *фактор коммуникативного будущего* – отношение высказывания жанра к тому, что должно быть сказано в дальнейшем [18].

В общении с помощью программ мгновенного обмена сообщениями образы прошлого и будущего обладают определенной спецификой, зависят от отношений между коммуникантами и от тематики их общения.

Спецификой общения в мессенджерах является его синхронность (по большей части). Коммуниканты знают, что их сообщения будут отправлены и доставлены практически мгновенно. А благодаря системе оповещений чаще всего и сразу же прочитаны. Нельзя, однако, утверждать, что общение с помощью программ мгновенного обмена сообщениями носит 100% синхронный характер, так как достаточно часто ответ на инициальное сообщение может прийти через несколько часов или дней.

*Структурно-функциональные особенности* мессенджера уникальны и во многом определяют характер общения, опосредованного им. Данный сервис гораздо более функционален, чем SMS. Помимо личной переписки, он предоставляет возможность обмениваться файлами и фотографиями, вставлять в сообщения различные, в том числе и анимированные, смайлы и стикеры. Стикер – это специальная наклейка-рисунок, которую можно отправлять в переписке своему собеседнику. Кроме того, мессенджеры оснащены возможностью голосовой и видеосвязи, голосовыми сообщениями и обменом геометками.

Длина текстового сообщения в большинстве мессенджеров ограничена 1000 символами. При этом в среднем длина сообщения колеблется в пределах 60–100 символов. Размер файлов, отправляемых с помощью программ мгновенного обмена сообщениями, также ограничен, максимальный объем чаще всего – 200 МБ.

Из-за высокой функциональности и относительно дешевизны программ мгновенного обмена сообщениями эксперты начинают говорить об окончании эпохи SMS. По информации компании Vodafone, объем интернет-трафика в Украине за последние 5 лет вырос практически в пять раз [23]. При этом в несколько раз уменьшилось количество отправляемых абонентами SMS.

Ввиду данных структурно-функциональных особенностей мессенджеров можно утверждать, что переписка с помощью программ мгновенного обмена сообщениями – многоканальная (текстово-аудио-визуальная) форма передачи информации в Интернете. И вербальное содержание составляет лишь первый уровень его сверхсложной структуры. Безусловно, основное наполнение переписки в

мессенджере эксплицируется в первую очередь в его вербальном компоненте, невербальный же иллюстрирует и усиливает воздействие информации, содержащейся в словесной форме. Однако необходимо учитывать, что невербальные компоненты часто несут самостоятельную информативную нагрузку, например, дополняя вербальную информацию или же выполняя фатическую функцию, влияя на восприятие этой информации читателем.

Следовательно, мы можем говорить о текстах мессенджеров как о поликодовых или в высокой степени креолизованных текстах. В них используются следующие виды передачи информации: текст, фотография, картинка, смайл, стикер, видео, gif-файл, голосовое сообщение и др. При этом выбор того или иного средства зависит от разнообразных факторов (интенция автора, тематика общения, фактор адресата: социальный статус, уровень образования, возраст, гендер и т.д.).

Термин *лингвистический дизайн* принадлежит А. А. Атабековой и обозначает организацию среды представления информации на сайте www гетерогенными средствами естественного языка, которая определяется интренет-технологиями и потребностями коммуникации и, как следствие, отражает, с одной стороны, особенности контекста коммуникации в сети Интернет, с другой – типологически релевантные характеристики языка, социолингвистические традиции и особенности общения в конкретной кодифицированной ситуации общения [24].

Мы считаем применение термина «лингвистический дизайн» к текстам интернет-коммуникации релевантным, так как они характеризуются совмещением в пределах одного коммуникативного блока текстов с разными коммуникативными функциями и, соответственно, с разным набором языковых средств. Также интернет-страницы отличаются совмещением в себе как текстовой, так и аудио-, видео- и графической информации. Иными словами, на веб-странице информационное воздействие на адресата осуществляется с помощью основной текстовой информации, гиперссылок, баннерной рекламы, аудио-, видео- и/или графического оформления. Все вышеперечисленные составляющие оформления интернет-страниц несут определенную смысловую нагрузку и должны анализироваться в комплексе. Именно поэтому, по нашему мнению, введение и использование термина «лингвистический дизайн» релевантно и актуально.

В языковом оформлении данного жанра на **морфологическом уровне** анализа нами было отмечено преимущественное употребление активного залога, что, в принципе, характерно

для интернет-коммуникации вообще, протекающей в режиме «здесь и сейчас»:

- Я такую сумку купила себе – просто суперrrrr!
- Покажи)

Говоря о временном оформлении глаголов в лингвистическом дизайне общения в мессенджере, нужно отметить преимущественное использование настоящего и прошлого времени.

Достаточно часто встречаются конструкции с глаголом в повелительном наклонении:

- Попроси маму меня набрать, ок?

Семантический анализ данных конструкций показал, что по большей части они являются просьбами, поздравлениями или пожеланиями.

Как уже отмечалось выше, на **лексическом уровне** прослеживается активное употребление разговорных и сленговых слов и конструкций. Следует отметить, что данная особенность свойственна вообще языку, обслуживающему коммуникацию в сети Интернет, так как разговорная и сленговая лексика делают речь эмоциональнее, экспрессивнее.

- Да я вообще с этого офигела!
- Забей.

Следует также отметить достаточно частое употребление междометий, которые являются признаком устного типа речи. При употреблении же в письменной речи они делают текст эмоционально насыщеннее, приближая его к разговорному языку, что подтверждает наш вывод об устно-письменном характере общения с помощью программ мгновенного обмена сообщениями. Наиболее распространенные междометия: *ура!*; *ух!*; *о боже!*; *слава богу!*; *эй!*; *увы!*; *у-у-у!*; *Фу!*

Говоря о лексическом оформлении общения в мессенджере, необходимо упомянуть и об активном использовании аббревиатур: *ИМХО*, *СБ*, *ХЗ*, *ОМГ* и др.

Существенной особенностью языкового оформления общения в мессенджере является активное использование слов с эмоционально-экспрессивной коннотацией: *красивуший*, *офигительный*, *классный*, *чудовищный*, *феноменальный* и т.д.

Говоря об использовании стилистических ресурсов лексики, нельзя сказать, что общение в мессенджере обладает высокой образностью. Тем не менее основными лексическими стилистическими средствами, используемыми в лингвистическом дизайне коммуникации с помощью программ мгновенного обмена сообщениями, выступают: метафора (*море народу*), метонимия (*Харьков, привет!*), эпитет (*радости крик!*).

Говоря об уровне **синтаксиса**, необходимо отметить частое употребление восклицательных предложений.

- Можно поздравлять! Сдала!!!
- Ураааа! Поздравляю!!!!!!

При этом достаточно часто встречаются серии восклицательных предложений, что говорит об исключительной эмоциональности и экспрессивности общения в мессенджере.

В лингвистическом дизайне общения с помощью программ мгновенного обмена сообщениями преобладают простые предложения, что свойственно ситуации неподготовленного речевого акта.

Одним из наиболее распространенных синтаксических стилистических приемов является эллипсис, при этом наиболее распространенный вид эллипсиса – опущение субъекта.

- Надеюсь, позвонят; – Я домой!

Чаще опускается субъект, совпадающий с говорящим, что можно объяснить принципом экономии времени и усилий при переписке.

Распространенным стилистическим синтаксическим приемом, часто встречающимся в лингвистическом оформлении общения в мессенджере, является повтор. Причем в основном повторяется не тип конструкции, не фраза, а одно слово.

- Ура! Ура! Ура! Мы сделали это!

Повтор придает речи эмоциональность, живость и яркость.

В процессе анализа нами была отмечена такая существенная особенность языковой организации переписки в мессенджере, пронизывающая практически все подсистемы языка, как аграмматизм.

Вследствие экономии моторных усилий и времени, вследствие того, что общение с помощью программ мгновенного обмена сообщениями относится к неподготовленному типу речи, а также вследствие всеобщего пренебрежения правилами грамматики и орфографии пользователями Интернета переписка в мессенджере содержит достаточно большое количество ошибок. Аграмматизм в основном проявляется следующим образом:

- опущение знаков препинания:
  - Говорят там дороже(
- пропуск букв или опечатки:
  - Блин, в школе контрльная за контрольной(
- употребление прописной буквы вместо заглавной:
  - леха, наברי меня!
- редукция слов:
  - ваще, универ, инст и т.д.

Язык переписки в мессенджере чрезвычайно эмоционален. К сожалению, ввиду письменного характера подачи информации не всегда можно полностью выразить свое эмоциональное отношение. Для этого, а также для интонационного выделения коммуникантами активно используются разнообразные **паралингвистические средства**. Наиболее часто они используются в следующих ситуациях:

- выделение слова заглавными буквами:

– *СЕРЬЕЗНО? Не может быть!*

Данный прием используется для акцентного выделения слова. Заглавными буквами пишется слово, на котором в устной речи говорящий сделал бы интонационное выделение;

- выделение фразы или предложения заглавными буквами:

– *ПОВТОРЯЮ! Я НИЧЕГО ОБ ЭТОМ НЕ ЗНАЛА!!!*

Согласно негласным правилам коммуникации, принятым в Интернете, фраза, написанная заглавными буквами, воспринимается как крик;

- использование серий точек для обозначения пауз:

– *Тадададам...Мы в финале!!!*

- использование серий восклицательных и вопросительных знаков чрезвычайно популярно в лингвистическом дизайне переписки с помощью мессенджера:

– *Как насчет погулять???*

– *Ураа!!!!!!!!*

С помощью данного приема авторы комментариев передают свои эмоции, причем чем больше знаков, тем сильнее эмоции;

- использование эмодзи также достаточно распространено в комментариях. Наиболее популярными эмодзи являются, впрочем, самые первые и самые простые :), ;) , :( а также их редуцированные варианты ) и (.

– *Очень жаль((((*

- повторение одной буквы:

– *Я его ооооообожаю)*

Данный прием достаточно популярен и используется для того, чтобы выделить слово. Зачастую повторяют гласную, и это воспринимается как «фраза нараспев».

Таким образом, необходимо отметить, что паралингвистические средства весьма активно используются в лингвистическом дизайне переписки в мессенджере. Мы считаем, что тому есть несколько причин:

- интенция коммуникантов сделать свою речь экспрессивнее, выразить свои эмоции;
- отсутствие невербальных средств, попытка восполнить их;
- общие традиции интернет-коммуникации;
- письменный характер общения и желание автора интонационно оформить свою мысль.

Таким образом, при определении жанровой формы и описании жанровой системы интернет-коммуникации одним из первых необходимо учитывать технологический параметр, поскольку коммуникация в сети Интернета в первую очередь опосредована компьютером и во вторую – программами, использующимися при коммуникации. Именно возможности коммуникативных сервисов во многом определяют те или иные особенности коммуникации, осуществляемой с их помощью, и дают определенный каркас, в рамках которого функционирует речевой продукт.

Коммуникативная ситуация общения в мессенджере представлена разговорным дискурсом и детерминирована, с одной стороны, фактом своей синхронности (по большей части), а с другой – технологическими особенностями клиентской программы, с помощью которой осуществляется коммуникация.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Internetworldstats : Usage and Population Statistics. URL: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (дата обращения: 30.04.2017).
2. Crystal D. Internet Linguistics : A Student Guide. Routledge, 2011. 179 p.
3. Горошко Е. И., Землякова Е. А., Полякова Т. Л. Жанры 2.0 : проблема типологии и категоризации (на примере коммуникативного сервиса «Твиттер») // Жанры речи. Саратов ; М. : Лабиринт, 2012. Вып. 8. Жанр и творчество. С. 344–357.
4. Genres in the Internet : Innovation, evolution and genre theory // Genres in the Internet : Issues in the Theory of Genre / eds. J. Giltrow, D. Stein. Amsterdam : John Benjamins Publishing, 2009. P. 1–26.
5. Devitt A. Refusing form in genre study // Genres in the Internet : Issues in the Theory of Genre / eds. J. Giltrow, D. Stein. Amsterdam : John Benjamins Publishing, 2009. P. 28–45.
6. Miller C. R. Genre as Social Action // Quarterly Journal of Speech. 1984. Vol. 70 (2). P. 151–167.
7. Wesch M. Web 2.0... the machine is us/ing us. URL: [http://www.youtube.com/watch?v=NLIGopyXT\\_g](http://www.youtube.com/watch?v=NLIGopyXT_g) (дата обращения: 30.04.2017).
8. Эксперты назвали самый популярный мессенджер в России. URL: [http://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/18/01/2016/569cddd29a794722c534df2c](http://www.rbc.ru/technology_and_media/18/01/2016/569cddd29a794722c534df2c) (дата обращения: 30.04.2017).
9. Кожина М. Н. Диалогичность как категориальный признак письменного научного текста // Стилистика научного текста (общие параметры). Пермь : Изд-во Перм. ун-та, 1998. Ч. 2. С. 124–195.

10. Колокольцева Т. Н. Диалог и диалогичность в интернет-коммуникации // Изв. Волгоград. гос. пед. ун-та. 2011. Т. 62, вып. 8. С. 128–133.

11. Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. Словарь лингвистических терминов. 2-е изд. М.: Просвещение, 1976. 543 с.

12. Лутовинова О. В. Интернет как новая «устно-письменная» система коммуникации // Изв. Рос. гос. пед. ун-та имени А. И. Герцена: общественные и гуманитарные науки (философия, языкознание, литературоведение, культурология, экономика, право, история, социология, педагогика, психология): науч. журн. СПб., 2008. № 11 (71). С. 58–65.

13. Колокольцева Т. Н. Интернет-коммуникация как зеркало основных тенденций развития и функционирования русского языка // Грани познания. 2011. № 4 (14). С. 13–17.

14. Кругосвет. Онлайн энциклопедия. URL: <http://www.krugosvet.ru/> (дата обращения: 30.04.2017).

15. Стернин И. А. Семантическая основа экспрессивного словопотребления // Проблемы экспрессивной лингвистики: сб. науч. тр. Ростов: Изд-во Ростов. ун-та, 1987. С. 133–148.

16. Бацевич Ф. С. Лингвистическая генеология: проблемы и перспективы. Львов.: ПАИС, 2005. 264 с.

17. Пономаренко Е. А. Специфика паспорта речевого жанра в аспекте дискурса общения врача и пациента (на материале художественных произведений писателей-врачей) // Учен. зап. Тавр. нац. ун-та им. В. И. Вернадского. 2008. Т. 21 (60), № 2. С. 132–138.

18. Шмелева Т. В. Модель речевого жанра // Жанры речи. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. Вып. 1. С. 91–96.

19. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против». М.: Прогресс, 1975. С. 93–230.

20. Голошубина О. К. Разговор в мессенджере как специфический жанр Интернет-коммуникации // Вестн. Омск. ун-та. 2015. № 1. С. 208–212.

21. Сусов И. П. Лингвистическая прагматика. Винница: Нова Кныга, 2009. 272 с.

22. Компанцева Л. Ф. Интернет-лингвистика когнитивно-прагматический и лингвокультурологический подходы. Луганск: Знание, 2008. 528 с.

23. У Vodafone Украина в пять раз вырос мобильный интернет. URL: [http://zn.ua/TECHNOLOGIES/za-5-let-mobilnyu-internet-trafik-vyros-v-5-raz-202336\\_.html](http://zn.ua/TECHNOLOGIES/za-5-let-mobilnyu-internet-trafik-vyros-v-5-raz-202336_.html) (дата обращения: 30.04.2017).

24. Атабекова А. А. Лингвистический дизайн WEB-страниц (сопоставительный анализ языкового оформления англо- и русскоязычных WEB-страниц). М.: Изд-во РУДН, 2003. 202 с.

#### REFERENCES

1. *Internetworldstats: Usage and Population Statistics*. Available at: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (Accessed 30.04.2017).

2. Crystal D. *Internet Linguistics: A Student Guide*. Routledge, 2011. 179 p.

3. Goroshko E. I., Zemlyakova E. A., Polyakova T. L. Zhanryi 2.0: problema tipologii i kategorizatsii (na primere kommunikativnogo servisa “Twitter”) [Genres 2.0: the problem of typology and categorization (evidence from communicative service “Twitter”)]. *Zhanryi rechi* [Speech genres]. Saratov; Moscow, Labirint Publ., 2012, iss. 8.

Zhanr i tvorchestvo [Genre and creative work], pp. 344–357.

4. Genres in the Internet: Innovation, evolution and genre theory. *Genres in the Internet: Issues in the Theory of Genre*. Eds. Janet Giltrow, Dieter Stein. Amsterdam, John Benjamins Publishing, 2009, pp. 1–26.

5. Devitt A. Refusing form in genre study. *Genres in the Internet: Issues in the Theory of Genre*. Eds. Janet Giltrow, Dieter Stein. Amsterdam; John Benjamins Publishing, 2009, pp. 28–45.

6. Miller C. R. *Genre as Social Action*. *Quarterly Journal of Speech*, 1984, vol. 70 (2), pp. 151–167.

7. Wesch M. *Web 2.0... the machine is us/ing us*. Available at: [http://www.youtube.com/watch?v=NLIgopyXT\\_g](http://www.youtube.com/watch?v=NLIgopyXT_g) (Accessed 30 April 2017).

8. *Ekspertyi nazvali samyyi populyarnyy messendzher v Rossii* [The experts named the most popular messenger in Russia]. Available at: [http://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/18/01/2016/569cddd29a794722c534df2c](http://www.rbc.ru/technology_and_media/18/01/2016/569cddd29a794722c534df2c) (Accessed 30 April 2017).

9. Kozhina M. N. Dialogichnost kak kategorialnyy priznak pismennogo nauchnogo teksta [Dialogueness as a category feature of written scientific text]. *Stilistika nauchnogo teksta (obshchie parametryi)* [Stylistics of scientific text (general parameters)]. Perm', Izd-vo Perm, un-ta, 1998, part. 2, pp. 124–195.

10. Kolokoltseva T. N. Dialog i dialogichnost v internet-kommunikatsii [Dialogue and dialogueness in Internet-communication]. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 2011, iss. 8, vol. 62, pp. 128–133.

11. Rozental D. E., Telenkova M. A. *Slovar' lingvisticheskikh terminov* [Thesaurus of linguistic terms]. 2nd ed. Moscow, Prosveschenie, Publ., 1976. 543 p.

12. Lutovinova O. V. Internet kak novaya «ustno-pismennaya» sistema kommunikatsii [Internet as a new “oral-written” system of communication]. *Izvestiya Rossiyskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta imeni A. I. Gertsena: obshchestvennyye i humanitarnyye nauki (filosofiya, yazykoznanie, literaturovedenie, kulturologiya, ekonomika, pravo, istoriya, sotsiologiya, pedagogika, psihologiya): nauchnyy zhurnal* [Proceedings of A. I. Gertsen Russian state pedagogical university: social and human sciences (philosophy, linguistics, literature studies, culturology, economics, law, history, sociology, pedagogy, psychology): scientific journal]. St Petersburg, 2008, no. 11 (71), pp. 58–65.

13. Kolokoltseva T. N. Internet-kommunikatsiya kak zerkalo osnovnykh tendentsiy razvitiya i funktsionirovaniya russkogo yazyika [Internet-communication as a mirror of main tendencies of the Russian language development and functioning]. *Grani poznaniya* [Panels of cognition], 2011, no. 4 (14), pp. 13–17.

14. *Krugosvet. Onlayn entsiklopediya* [Online encyclopedia]. Available at: <http://www.krugosvet.ru/> (accessed 30.04.2017).

15. Sernin I. A. Semanticheskaya osnova ekspressivnogo slovopotrebleniya [Semantic foundation of expressive language use]. *Problemyi ekspressivnoy lingvistiki: sb. nauch. trudov*. [Problems of expressive linguistics: collection of scientific papers]. Rostov, Izd-vo Rostov. un-ta, 1987, pp. 133–148.

16. Batsevich F. S. *Lingvisticheskaya genologiya: problemyi i perspektivy* [Linguistic genology: problems and perspectives], L'viv, PAIS, 2005. 264 p.



17. Ponomarenko E. A. Spetsifika pasporta rechevogo zhanra v aspekte diskursa obscheniya vracha i patsienta (na materiale hudozhestvennykh proizvedeniy pisateley-vrachey) [Specific character of speech genre passport in terms of discourse of doctor and patient communication]. *Uchenye zapiski Tavricheskogo natsionalnogo universiteta im. V. I. Vernadskogo*. [Proceedings of V. I. Vernadskiy Tavricheskii national university], 2008, vol. 21 (60), no. 2, pp. 132–138.

18. Shmeleva T. V. *Model rechevogo zhanra* [Model of speech genre]. *Zhanryi rechi*. [Speech genres]. Saratov, Izd-vo GosUNTs "Kolledzh", 1997, iss. 1, pp. 91–96.

19. Jakobson R. Lingvistika i poetika [Linguistics and poetics]. *Strukturalizm: "za" i "protiv"*. [Structuralism: "for" and "against"] Moscow, Progress Publ., 1975, pp. 93–230.

20. Goloshubina O. K. Razgovor v messendzhere kak spetsificheskii zhanr Internet-kommunikatsii [Conversation

via messenger as a specific genre of Internet-communication]. *Vestnik Omskogo un-ta*, 2015, no. 1, pp. 208–212.

21. Susov I. P. *Lingvisticheskaya pragmatika* [Linguistic pragmatics]. Vinnitsa, Nova Knyiga Publ., 2009. 272 p.

22. Kompantseva L. F. *Internet-lingvistika kognitivno-pragmaticheskii i lingvokulturologichkii podhodyi* [Internet linguistics cognitive-pragmatic and linguistic-culturological approaches]. Lugansk, Znanie Publ., 2008. 528 p.

23. U Vodafone Ukraina v pyat raz vyiros mobilnyy internet [Mobile Internet of Vodafone Ukraine company has grown fivefold]. Available at: [http://zn.ua/TECHNOLOGIES/za-5-let-mobilnyy-internet-trafik-vyros-v-5-raz-202336\\_.html](http://zn.ua/TECHNOLOGIES/za-5-let-mobilnyy-internet-trafik-vyros-v-5-raz-202336_.html) (Accessed 30 April 2017).

24. Atabekova A. A. *Lingvisticheskii dizayn WEB-stranits (sopostavitelnyy analiz yazykovogo oformleniya anglo- i russkoyazychnykh WEB-stranits)* [Linguistic design of web-pages (comparative analysis of language arrangement of English- and Russian-speaking web-pages)]. Moscow, Izd-vo RUDN, 2003. 202 p.

**Статья поступила в редакцию 11.05.2017**

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Горошко Е. И., Землякова Е. А. Полиформатный мессенджер как жанр 2.0 (на примере мессенджера мгновенных сообщений Telegram) // *Жанры речи*. 2017. № 1 (15). С. 92–100. DOI: 10.18500/2311-0740-2017-1-15-92-100

#### For citation

Goroshko O. I., Zemliakova O. O. Polyformat Messenger Telegram as a Genre 2.0 (on the Example of Messenger of Instantaneous Report Telegram). *Speech Genres*, 2017, no. 1 (15), pp. 92–100. DOI: 10.18500/2311-0740-2017-1-15-92-100 (in Russian).