Плотникова А.А.,
преподаватель
Национальный
политехнический
университет Томска,
Россия

Участник
конференции,
Национального
первенства по научной
аналитике,
Открытого
Европейско-
Азиатского первенства
по научной аналитике

СПЕЦИФИКА АДРЕСАТА ЖАНРОВ СЕТЕВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ (НА МАТЕРИАЛЕ ЛИРИЧЕСКИХ ИНТЕРНЕТ-МИНИАТЮР)

В статье *рассматривается специфика адресата жанра лирической интернет-миниатюры. Интерес к данному жанру обусловлен ее распространенностью и изменением в электронной среде. В исследовании выделяются типы внешнего и внутреннего адресата, обусловленные влиянием лирического дискурса и интернет-дискурса.*

Ключевые слова: адресат, типы адресата, речевой жанр, сетевая литература, лирическая интернет-миниатюра, интернет-коммуникация.

The article stands analysis of use the genre of lyric miniatures in the online communication based on the nature of the speech genre. Interest in the genre of lyric miniatures due to its prevalence in the online communication and the change in the electronic environment. The subject of this article is the pragmatic aspects of a recipient and types of readers.

Keywords: recipient, types of readers, speech genre, net literature, lyrical internet-miniature, online communication, lyric discourse.

Обращение современных пользователей Интернета к Слову как к средству творческого самовыражения многообразно и все шире распространяется благодаря особенностям данной коммуникативной среды, при этом оно остается малоизученным и не осмысленным в контексте как литературных, так и коммуникативно-речевых явлений. Замечено, что сетевой читатель «жаждет» миниатюры, для Интернета характерны «короткие тексты», отличающиеся эмоционально окрашенным содержанием, в которых выражаются переживания внутреннего мира человека, его субъективное отношение к внешней реальности. Группа таких текстов, обладающих типологическим текстовым сходством и условно обозначаемых «лирическая интернет-миниатюра» (ЛИМ) – является объектом настоящего исследования, рассматриваемым в коммуникативно-прагматическом аспекте. Данный аспект предполагает исследование такого параметра, как адресат, образ которого заложен в структуре жанровой модели, имеющейся в сознании говорящих [1]. Цель данной работы – описать специфику адресата лирической интернет-миниатюры для выявления особенностей адресации жанров сетевой литературы в целом.

Под ЛИМ понимается прозаический жанр личностного творческого самовыражения современных интернет-пользователей, отличающийся кратким объемом и законченной формой, выражающий субъективное мировосприятие и лирическое эмоциональное состояние автора. В исследовании выдвигается гипотеза о специфическом характере адресата ЛИМ, который связан с пересечением двух дискурсов - лирического и дискурса интернет-общения.

В контексте данной работы под лирическим дискурсом в широком смысле мы понимаем корпус всех лирических произведений вне зависимости от прозаической или стихотворной формы речи. Жанр ЛИМ преимущественно предполагает прозаическую форму и может быть отнесен к разряду «поэзии не в стихах». Исходя из положения о том, что за коммуникативной средой закреплены специфические жанры, они изучаются в различных сферах и дискурсах, в частности интерес к изучению различных жанров интернет-коммуникации неуклонно растет. К настоящему моменту в виртуальном жанроведении (Е. И. Горошко, Л. А. Капанадзе, Л. В. Компанцева, В. А. Кондрашов, Л. Ю. Щипицина, Лутовинова, М. Л. Макаров, М. Ю. Сидорова, Н. Б. Мечковская, Н. Б. Рогачева, А. Г. Аврамова, Н. Г. Асмус, В. В. Варламова, Е. В. Волкова, В. М. Громова, Н. Л. Моргун, К. В. Овчарова, А. И. Самаричева) не уделялось специального внимания характеристике адресата жанров так называемой «сетевой литературы».

Лирический дискурс предполагает усложненный тип адресата. Тексты лирических жанров сочетают в себе внешнего и внутреннего адресата. Внешняя адресованность - это направленность на субъекта восприятия текста, на любого читателя; она, как правило, имплицитна. Внутренний адресат - субъект, обозначенный в тексте, если он имплицитен, он равен внешнему адресату.

Адресат интернтет-дискурса, являющийся по отношению к ЛИМ внешним адресатом, подразделяется на 2 типа: пассивный и активный. Пассивный адресат интернет-коммуникации только воспринимает информацию, а второй - вступает в ответную коммуникацию, тем самым обеспечивается обратная связь между автором ЛИМ и его адресатом, не предполагаемая в традиционной литературной коммуникации.

Внешний адресат лирической интернет-миниатюры

Характер адресата ЛИМ, обусловленный функционированием в данной коммуникативной среде, обладает спецификой родового для него интернет-жанра «запись в веб-блоге» (БЗ). Адресат БЗ характеризуется исследователями следующим образом: «Специфический характер концепции адресата в случае с БЗ состоит в том, что, с одной стороны, адресатами являются известные автору постоянные читатели, а с другой — записи могут прочитать совершенно незнакомые автору люди, которые не входили изначально в круг прямых адресатов … Блоги, таким образом, соединяют в себе потенциально неограниченную концепцию адресата, свойственную жанрам СМИ и литературы» [2]. Из всего широкого спектра адресата интернет-дискурса - множественного, неконкретного, не имеющего социальной определенности и ограниченного только технической возможностью доступа к Интернету (то есть каналом связи), адресат ЛИМ определяется принадлежностью к художественному дискурсу, к группе

«интимных жанров» (по М.М. Бахтину).

М. М. Бахтин по типу эмоциональной тональности и близости автора и адресата выделят фамильярные и интимные РЖ: «При всем громадном различии между фамильярными и интимными жанрами (и — соответственно — стилями) они одинаково ощущают своего адресата в большей или меньшей степени вне рамок социальной иерархии и общественных условностей, так сказать, «без чинов». Это порождает специфическую откровенность речи (в фамильярных стилях доходящую иногда до цинизма). В интимных стилях это выражается в стремлении как бы к полному слиянию говорящего с адресатом речи. <…> Интимная речь проникнута глубоким доверием к адресату, к его сочувствию — к чуткости и благожелательности его ответного понимания» [3].

Адресат сообщения, к которому обращена лирическая интенция, может оставаться пассивным читателем (тогда уровень взаимодействия читателя и автора подобен их взаимодействию в традиционной литературе) либо он активно вступает в дальнейшую коммуникацию, используя технические возможности Интернета, вступает во взаимодействие с автором в жанре комментария. Отличительной особенностью ЛИМ является наличие в структуре адресата жанра активного интернет-пользователя, который эксплицирует свое присутствие и выражает отношение к тексту ЛИМ.

По характеру семантического наполнения комментария выделим несколько условных подтипов активного адресата ЛИМ: «критик», «благодарный читатель», «собеседник», «alter ego». Разграничение данных подтипов коррелирует с использованием адресатами разных первичных РЖ в составе комментария.

1. «Критик». Образ адресата, комментарии которого представляют собой оценочные высказывания. Подавляющее большинство оценок текстов положительные, выражающие одобрение, восхищение, стимуляцию к дальнейшему творчеству, особенно частотна положительная оценка эстетических качеств текста. Критический отзыв может представлять собой более развернутое и аргументированное высказывание:

«Очень наглядно все описано. Хорошо, что Филя голодовку пережил, может, это и его хозяйку спасет от участи соседки-сердечницы. <...> спасибо за трогательный рассказ» *(http://zhurnal.lib.ru/comment/k/kowalenko_w_n/31?PAGE=3).* Реже встречается критика текста, она может включать указание на ошибки, стилистические недочеты, неточности: « п.с. в последнем предложении есть маленькая погрешность. исправьте, пожалуйста.))» [там же]. «Ей интересно было возиться со старыми книгами и покрытыми тайной гипотезами. - это ж просто праздник какой-то, а не фраза! И это только начало текста...Вы сломали мой мозк... или то, что от него осталось:) (http://zhurnal.lib.ru/comment/a/arha_t/nakonkurs).

Оценочный комментарий может включать в себя тактику советов и рекомендаций автору:

« Жёстко. Но, вообще-то можно было и расписать, до рассказа ***(имхо)*** Всё таки, эмоции не успевают разогреться - взгляд быстро промчался, а те дотянулись позже. В идеале, правильное ощущение наступает у читателя когда эмоции успевают за повествованием. Можно было бы потихоньку нагнетать, нагнетать, а потом дать эту яркую концовку» *(http://zhurnal.lib.ru/comment/k/kowalenko_w_n/31?PAGE=2).*

Однако стоит заметить, что наблюдения над комментариями примерно к 200 ЛИМ, показывают, что негативные оценки, как правило, остаются имплицитными и выражаются не в непосредственной близости от текста, а в критических обзорах.

2. «Благодарный читатель», комментарии которого можно отнести к жанру благодарности: «Спасибо, Верочка! Да, все именно так. (http://zhurnal.lib.ru/comment/c/chirkowa_w_a/posemu?&COOK_CHECK=1);

3. «Собеседник». Адресат, который развивает тему, заданную в тексте ЛИМ, высказывает свою точку зрения по проблеме текста либо продолжает общение на новую тему, возникающую по ассоциативному принципу: «Мудро! Пролетев через всё это, как ветер, начинаешь понимать, что это и была твоя жизнь... С ув.КВН» (http://zhurnal.lib.ru/comment/k/kowalenko_w_n/36); «Да, это невыносимо больно и обидно, за каждую сломанную жизнь, за каждую несправедливость и обман. Война вообще страшно подлая штука. Потому я так ненавижу всех дураков, которые теперь пытаются переиначить правду, или говорят с постными рожами, - а может и правда лучше было бы, если бы нас немцы завоевали» (http://zhurnal.lib.ru/comment/c/chirkowa_w_a/posemu?&COOK_CHECK=1).

Продолжение темы ЛИМ могут развивать несколько адресатов, например текст, озаглавленный «О дружбе» вызывает диалог между пользователями:

*Паршина Екатерина Сергеевна *(parshina.katerina@mail.ru) 2012/01/30 22:12* А вот женской дружбы вообще не существует, и нам хорошего вспомнить будет нечего. Эх, только гадости.

*Просин Виктор Иванович *(vikiv59@mail.ru) 2012/01/31 13:54* Мужская дружба ничем не отличается от женской. Просто проходит время и хочется вспоминать только хорошее. (http://zhurnal.lib.ru/comment/p/prosin_w_i/drugba)

4. «Alter ego». Такое условное обозначение типа адресата соответствует стремлению автора найти единомышленника, «чуткость и благожелательность ответного понимания» [3], сочувствующее, понимающее сознание. Такой подтип адресата наиболее соответствует ЛИМ как лирическому жанру. Автор пишет ЛИМ для человека с близкими интересами, переживаниями, системой ценностей и мировоззрения. В комментариях данного типа адресат указывает, что переживал, чувствовал то же самое, близость идей автора своим мыслям: «Каждый в своей жизни что-нибудь похожее испытывал, вы очень все тонко подметили и описали, спасибо:))» (http://zhurnal.lib.ru/comment/h/hachatrjan_a_r/papa).

Комментарии последнего типа отражают «стремление как бы к полному слиянию говорящего с адресатом

речи» [3], что соответствует явлению автокоммуникации. Автокоммуникация свойственна для лирического дискурса в целом и сопутствует другим типам адресата ЛИМ.

Автокоммуникация в лирической интернет-миниатюры

Лирический характер высказывания, близость к жанру дневниковой записи, творческое самовыражение автора через жанр ЛИМ свидетельствует о том, что разновидностью внешней адресации является автокоммуникация. Остановимся на проблеме автокоммуникации подробнее, поскольку она занимает значительное место в структуре адресата ЛИМ.

Автокоммуникация – это такой способ передачи сообщения, при котором наблюдается совпадение адресата и адресанта. Одно из первых научных представлений об автокоммуникации было предложено Ю. М. Лотманом, который противопоставил два типа адресата: схематически он обозначил их как «Я – ОН» и «Я – Я» [4]. По Ю.М. Лотману, в системе «Я - Я» носитель информации остается тем же, но сообщение в процессе коммуникации переформулируется и приобретает новый смысл. Это происходит в результате того, что «вводится добавочный - второй - код и исходное сообщение перекодируется в единицах его структуры, получая черты нового сообщения» [4, с. 165]. Такими «внешними кодами», под влиянием которых перестраивается словесное сообщение, могут быть «разнообразные системы ритмических рядов, построенных по синтагматически ясно выраженным принципам, но лишённых собственного семантического значения - от музыкальных повторов до повторяющегося орнамента» [4, с. 167 - 168]. В интернет-миниатюрах ритмические повторы, создающиеся в том числе за счет синтаксического параллелизма – распространенные черты стиля ЛИМ. Например, рассмотрим текст интернет-миниатюры:

«..лето.*безучастное* лето.*так* много лет лето. убежище под армированной кроной из наслоений бетона обитаемо снами. не важно, без нас или с нами. полупроводники ведут напряжение полутропами. знаешь, такие тайны воспринимает летально человек-слон. человек-клон. человек-стон. человек-сон напрасно летопись заполняет пустыми листами, но пусть это останется между нами» (http://vkontakte.ru/note6312646_8951332).

Данный текст иллюстрирует идею Ю. М. Лотмана: текст в системе «Я - Я» имеет тенденцию «обрастать индивидуальными значениями и получает функцию организатора беспорядочных ассоциаций, накапливающихся в сознании личности. Он перестраивает ту личность, которая включена в процесс автокоммуникации» [4, с. 171].

Значение публикации в интернет-пространстве для автокоммуникации заключается в более высокой степени объективации внутреннего мира автора через текст и закрепления себя в виртуальной действительности как внешнем пространстве социального и культурного общения.

Внутренний адресат лирической интернет-миниатюры

Выделим две разновидности внутренней адресованности жанра ЛИМ: текст может быть обращен к конкретному или обобщенному субъекту. Обобщенный субъект (или обобщенный адресат), выраженный или не выраженный в тексте, фактически отражает направленность на внешнего адресата.

Средствами, привлекающими внимание читателя (адресата) становятся такие модусные маркеры, как вводные слова: *оказывается, интересно;* обобщенно-личные предложения: «*Это можно почувствовать, когда смотришь на звезды»* и др., грамматическими средствами, например, «*Я* ***могу молчать*** *и ничего не говорить, находясь в контакте с ощущениями... Но иногда, какой-то порыв срывает завесу тишины и потоком льются слова... И* ***ты*** *в глубине души искренне* ***удивляешься****, как красиво они переливаются и складываются в предложения и продолжают, дополняют друг друга и те ощущения, которые есть внутри...». В приведенном примере с*мена субъекта на протяжении короткого текстового пространства, причем «ты» оказывается многозначным, с одной стороны, это «ты» обозначает обобщенного субъекта подобного субъекту обобщенно-личного односоставного предложения, с другой стороны, внешний адресат волен воспринять местоимение 2 л.ед.ч как указание на воспринимающего субъекта.

Конкретный внутренний адресат имеет жанрообразующее значение. Такой образ внутреннего адресата, как «возлюбленный (-ая)» является маркером жанра ЛИМ. Текст ЛИМ может быть обращен к другому конкретному адресату, но он не будет обладать жанровым значением, а представлять частный случай адресата. Образ возлюбленного или возлюбленной может выражаться лексически, в основном, в форме обращений (любимый (-ая), родной (-ая) и подобными), посвящения, императива:

<...>*Вот* для чего меня создали Боги, вот для чего был создан ты, пойми, отбрось сомнения, оставь это убогим, прими меня, прими и обними. Возьми меня своею половиной, с собой, куда б ни занесла судьба, держи меня, держи меня, любимый, не отпускай меня, я так слаба<...> (текст 812). В данном отрывке адресация к возлюбленному выражена сочетанием глаголов повелительного наклонения и обращением.

Употребление местоимения «ты» для обозначения адресата как образа возлюбленного более характерно, чем его номинация знаменательными частями речи.

<...>Ты помнишь обожжённые солнцем листья? Они были везде и всюду - огромные каштаны над нами, которые вбирали в себя беспощадные лучи, скрывая от палящего солнца наши золотящиеся в солнечных бликах головёнки. KaShтанаевская *street...* <...>(текст 22).

А ты - как море... Порой бываешь тих, спокоен. Лениво волны поднимаешь, затем, на полпути их отпускаешь... И тут же ветерок рисует рябь узора, а ты, встревожив этой рябью лоб, как будто отгоняешь мысли вспять. Опять... (Текст 684).

Способом выражения адресата в образе возлюбленного 1 лицо множественного числа местоимения и глаголов по схеме: мы = я + ты.

«Я помню, как мы расставались. Это было тысячу лет назад. На зеленой полянке были две тропинки. Я

сказала: « Я ведь правда уезжаю навсегда. Ну давай просто поговорим нормально напоследок!» Ты сказал: «*Не* стоит!». И тогда я пошла по одной тропинке, а ты - по другой» (текст 677)

Употребление местоимений вместо имен собственных выполняет свою эстетическую задачу в рамках жанра ЛИМ, оно выполняет функцию создания определенной степени художественной абстракции, универсализации образа возлюбленного. Такая универсализация рассчитана на внешнего адресата, который, читая текст, может вместо местоимения «подставить» образ своего возлюбленного, тем самым достигается авторская интенция к слиянию говорящего с адресатом речи.

Таким образом, основной набор признаков адресата жанра ЛИМ обусловлен принадлежностью к лирическому дискурсу. Адресат ЛИМ – это адресат интимных, лирических жанров, для которого характерна автокоммуникация и наличие образа внутреннего адресата в виде либо обобщенного субъекта, либо конкретного субъекта - «любимый/-ая». При доминировании лирического начала интернет-коммуникация оказывает, тем не менее, значительное влияние на характер адресата жанра ЛИМ. Наличие активного внешнего адресата настолько характерно для интернет-миниатюр, что возможно выделить различные его подтипы. Благодаря наличию адресата такого типа обеспечивается обратная связь с автором ЛИМ, не предполагаемая в традиционной литературной коммуникации, однако являющаяся типичным признаком интернет-коммуникации. Есть все основания утверждать, что этот тип адресата востребован для всех жанров сетевой литературы.

Литература:

1. Шмелева Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи: Сб. ст. Вып. 1. Саратов: Колледж. 1997. С. 88-99.

2. Алексеев А. В. Записи в блоге как речевой жанр интернет-коммуникации [Электронный ресурс]: / А. В. Алексеев. – Саратов, 2009 // Персональный сайт Александра Алексеева. Саратов, 2008–2009. – URL: http:// iawia. net. ru/diplom.Htm.

3. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Собр. соч. – М., 1996. – Т. 5: Работы 1940-1960 гг. – С. 191

4. Лотман Ю. М. Автокоммуникация: «Я» и «Другой» как адресаты: (о двух моделях коммуникации в системе культуры) // Семиосфера. – СПб., 2000. – С. 159–164.

INTERNATIONAL UNION OF COMMERCE AND INDUSTRY

International Union of Commerce and Industry (London, UK) – a union of commercial enterprises, businessmen, scientists, public figures and politicians from different countries. The union combines the social and commercial elements of functioning.

- Promotion of international consolidation and cooperation of business structures;
- Promotion of development of commercial businesses of various kinds;
- Assistance in settlement of relations and questions of businessmen with each other and with social partners in business environment;
- Assistance in development of optimal industrial, financial, commercial and scientific policies in different countries;
- Promotion of favorable conditions for business in various countries;
- Assistance in every kind of development of all types of commercial, scientific and technical ties of businessmen of different countries with foreign colleagues;
- Promotion of international trade turnover widening;
- Initiation and development of scientific researches, which support the effective development of businesses and satisfy the economic needs of the society;
- Expert evaluation of activities in the field of settlement of commercial disputes, establishment of quality standards and defining of factual qualitative parameters of goods and services;
- Legal and consulting promotion of business;
- Establishment and development of activities of the international commercial arbitration;
- Exhibition activities;
- Holding of business and economic forums;
- Holding of creative contests and competitions of economic achievements.