

УДК 316.772.4

Интернет-коммуникация как средство межкультурного общения: жанровые и языковые особенности

Бирюкова Елена Александровна

Преподаватель иностранного языка, Московский областной профессиональный колледж инновационных технологий,
141151, Российская Федерация, Московская область,
г. Лосино-Петровский, ул. Площадь Революции, д. 24;
e-mail: helena_87@mail.ru

Аннотация

Статья посвящена вопросам глобальной системы Интернет как вида электронной коммуникации, определению общего понятия интернет-коммуникации, ее функций, особенностей и видов в современном обществе, которые вносят новые формы диалога и общения в социум и все его сферы. Рассматриваются и даются определения способам Интернет-общения и его лингвистическим особенностям. Показано, что электронные коммуникации в XXI веке развиваются по сетевой модели, которой свойственны синергетические, диалогические и коммуникативные аспекты, главным достоинством которых является открытость для диалога и возможность самоорганизации.

Для цитирования в научных исследованиях

Бирюкова Е.А. Интернет-коммуникация как средство межкультурного общения: жанровые и языковые особенности // Язык. Словесность. Культура. 2014. № 6. С. 75-98.

Ключевые слова

Интернет, интернет-коммуникация, форум, блог, электронная почта, интернет-чаты.

Введение

В конце XX – начале XXI в. активно происходящий процесс информатизации проник практически во все сферы жизнедеятельности людей. Одновременно с этим вполне уверенно можно говорить и о начавшемся в начале XXI в. процессе компьютеризации. Из машины, именуемой ЭВМ (электронно-вычислительная машина), компьютер превратился в универсальное устройство, которое может служить не только профессиональным инструментом в самых различных профессиях (ученый, инженер, бизнесмен, юрист, врач и т.д.), но и средством обучения, повседневного общения, а также использоваться в развлекательных целях. Происходит постепенное проникновение инновационных технологий, в частности всемирной сети Интернет, в самые различные сферы жизни человека – сфера образования, трудовая деятельность, сфера досуга, сфера коммуникаций, что приводит к формированию понятия «социально присутствие», «social presence», измеряющего «реальность» человека в коммуникации [Yildiz, 2009, 46]. В эпоху постиндустриального информационного общества жизнь человека наполняется различными ресурсами, главной целью которых является сделать ее как можно более комфортной, и вот – «Интернет проявляет наше преимущественное желание писать, а не говорить» [Gernsbacher, 2014, 359].

В связи с устойчивым увеличением масштабов применения информационных технологий вполне обоснованно можно говорить о процессе виртуализации человеческой деятельности, который влечет за собой отчуждение человека от реальной жизни и может привести к полной замене реальных вещей их образами. «Киберпространство – это глобальная деревня, сфера взаимодействия между пользователями из множества культурных пространств» [Matusitz, 2014, 713]. Однако, Интернет, появившись относительно недавно, стал одним из наиболее динамично развивающихся явлений современного общества, с ростом его аудитории. Но хотя изобретение Интернета привело к усилению процесса глобализации общества, стоит помнить, что электронная виртуальная реальность способствует отчуждению индивида от социальной общности в реальном мире.

По замечанию А.Дюрана и И.Шефферда, два важнейших влияния воздействуют сегодня на социум, приводя к смешению и гибридизации норм общения: это миграционные потоки и интернет-опосредованная коммуникация [Durant, Shepherd, 2009, 147]. К середине 2008 г. число пользователей, регулярно использующих Интернет, составило около 1,4 млрд. человек (около четверти земного населения), что связано во многом с внедрением шифрового стандарта Юникод [Anderson, 2005].

В настоящее время Интернет доступен не только через компьютерные сети, но и через спутники связи, радиосигнал, кабельное телевидение, телефон, сотовую связь, специальные оптико-волоконные линии и электропровода. Всемирная сеть стала неотъемлемой частью жизни в развитых и развивающихся странах.

Общество Интернета предоставляет организационную основу для разных исследовательских и консультативных групп, занимающихся развитием Интернета.

Говорить об Интернете как об искусстве (и в традиционном, и в специально заданном контексте) можно будет еще не скоро. Более уместным представляется использование сочетания «род деятельности». Масштабы технологического прорыва, феноменальные возможности практического свойства и, как следствие, повсеместность распространения / присутствия позволяют рассматривать Сеть как один из определяющих факторов культуры нового тысячелетия.

Ни высокое искусство, ни фундаментальная наука не избрали Сеть как место постоянного пребывания. Вместо эмоционального напряжения, наслаждения (произведение искусства) – удовлетворение информационного голода и потребности в зрелищах; вместо фундаментальных исследований – наукообразие. Интернет – это явление массовой культуры [Зубрилин, Александрова, 2002, 133].

В сознании многих российских граждан Интернет представляется как гигантское хранилище информации. Люди, увлеченные использованием Интернета, как правило, занимают активную жизненную позицию, играют важную общественную роль. Интернет, в свою же очередь, обеспечивая этих людей своевременной и обширной информацией, ориентируя их в информационном

пространстве, выполняет важную социальную функцию. Кроме того, Интернет служит мощным средством мобилизации всех накопленных человечеством знаний для решения тех или иных стоящих перед нашей страной задач. Широко используя информацию, поступающую по различным каналам Интернета, можно получить достаточно полное представление о накопленном опыте по решению различных проблем и здраво оценить складывающуюся на реальный момент времени ситуацию. А это немаловажно при принятии решений. Сегодня верность решения на 80% зависит от количества необходимой информации.

Одним из последствий развития Интернета стало возникновение виртуального общения, члены которого обладают чувством коллективной идентичности, основанной на использовании особого жаргона, коммуникативных норм, разделении общих ценностей и идеалов; имеют собственные интересы, связанные с использованием Интернета; готовы отстаивать эти интересы. Что же представляет собой виртуальное общение?

Это общение в виртуальной среде с помощью своеобразного дискурса, сформировавшегося в компьютерных сетях (в Интернете существует свой этикет (нетикет), свои нормы, запреты и своя собственная эмоциональная атмосфера); общение преимущественно текстовое, состоящее из пересылаемых сообщений; не однонаправленная передача сообщения, т. е. круг адресатов и посылающих сообщения известен [Шарков, 209, 592].

Таким образом, можно сказать, что Интернет способствует развитию процесса символического обмена, при котором индивидуальное самопонимание индивидов опосредуется символическими материалами из разных источников. Важно отметить, что в межкультурном общении Интернет как выполняет роль культурного стандартизатора (через сетевой этикет, нетикет), так и выявляет культурные различия [Marsocchia, 2012, 353].

Интернет-коммуникация

На сегодняшний день основная функция Интернета, связанная с получением информации, перестает быть ведущей, такую роль берет на себя функция коммуникации. Прежде всего, стоит отметить, что общение в Сети осу-

ществляется в условиях массовой коммуникации и, следовательно, имеет свои особенности в отличие от традиционного прямого общения в жизни.

Интернет становится средством не просто массовой, а глобальной коммуникации, перешагивающей через национальные границы и объединяющей мировые информационные ресурсы в единую систему.

В последние годы виртуальное общение, виртуальная коммуникация все чаще заменяет коммуникацию реальную, формирует новую сферу информационного взаимодействия, приводит к возникновению новых видов отношений.

Изучение виртуальной коммуникации не осталось вне рамок внимания и психологов – исследователей Интернета, хотя в целом данных работ совсем немного и большинство из них принадлежит западным исследователям. Основная доля работ по изучению Интернета и общения в нем принадлежит, к примеру, Войскунскому А.Е., а именно его статьям «Метафоры Интернета» [Войскунский, 2001] и, в соавторстве с Смысловой О.В., «Роль мотивации “потока” в развитии компетентности хакера» [Войскунский, Смылова, 2003].

Общение с использованием Интернет-технологий получило название Интернет-коммуникации.

Интернет-коммуникации – это такие методы общения, при которых передача информации происходит по каналам Интернета с использованием стандартных протоколов обмена и представления информации.

Выделяются следующие основные виды общения в Сети:

1) общение в режиме реального времени (так называемый «чат»): с одним собеседником (выбирается определенный канал для такой коммуникации); с большим количеством людей одновременно;

2) общение, при котором сообщения к адресату приходят с отсрочкой: с одним собеседником (электронная почта); со многими людьми – участниками телеконференции (newsgroup) [там же, 37].

Коммуникация посредством Интернета устроена таким образом, что на одном полюсе действует профессиональный производитель информации, а на другом всегда остается массовый субъект – заранее неопределенное по численности множество анонимных пользователей. К анонимности зачастую тяготеет даже полюс производства информации, такова сила ее природы в этой

медийной среде. Недаром в Интернете так много сведений, происхождение которых не установлено.

Интернет-технология делает коммуникацию трансграничной. Общение перестает быть привязанным к местоположению общающихся. На этой основе Интернет может выполнять социально-креативную функцию, т. е. формировать новые общности с единой информационной базой и общим ценностно-нормативным фундаментом. Общая направленность развития средств распространения информации состоит в утверждении гетерархического (горизонтального, равноправного) порядка на месте иерархического (вертикального, с доминированием одного из субъектов общения). Происходит переход от односторонней к двухсторонней модели коммуникации.

В условиях Интернет-коммуникации аудитория может участвовать в производстве и обмене информацией, в том числе и между собой. Аудитория перестает (если захочет) быть только получателем сообщений. Однако здесь использование интерактивных возможностей никогда не преодолет естественного разделения ролей.

Анализируя функцию Интернет-коммуникаций, следует различать понятия «интерактивность» и «обратная связь». Первое шире второго. Обратная связь – это реакция, отклик субъекта на информационное воздействие. Именно в этом качестве в Интернет-общении пока чаще всего используется функция «форум». Да и показатели посещаемости тоже выступают в роли обратной связи: это свидетельствует о том, заинтересовались ли сайтом и его контентом пользователи. Интерактивность же предполагает и другие возможности контроля пользователя над содержанием (запрос, оценка), участие в его формировании через постановку проблем для освещения и обсуждения, инициативу в обсуждении, авторство, обмен мнениями с другими пользователями и т.п.

Интернет-коммуникации, в которых у субъектов, представляющих два полюса общения, есть возможность и отправлять, и получать сообщения, а значит есть взаимобратимость их ролей, Г.Лассвелл предложил называть двухсторонними [Лассвелл, 1999].

Согласно выводам Ч.Морриса, Интернет-коммуникации подразделяются на четыре различные категории:

- 1) асинхронная коммуникация «один на один» (электронные письма);
- 2) асинхронная коммуникация «многих с многими» (например, сеть Usenet: сводки, листы рассылок, где требуется согласие на рассылки или пароль, для входа в программу, в которой сообщения касаются определенных тем);
- 3) синхронная коммуникация «один на один», «один и несколько», «один с несколькими» строятся вокруг какой-либо конкретной темы, например, ролевые игры, чаты;
- 4) асинхронная коммуникация, где обычно пользователь пытается разыскать сайт для получения определенной информации; здесь можно встретить коммуникацию «многие и один», «один на один», «один и многие» (веб-сайты, гороскопы) [Моррис, Оган, 1996, 42].

Согласно работе Г.А. Воробьева «Виртуальная межкультурная среда», можно выявить причины обращения к Интернет-коммуникациям как инструменту общения:

- 1) недостаточное насыщение общением в реальных контактах.
- 2) возможность реализации качеств личности, проигрывания ролей, переживания эмоций, по тем или иным причинам невозможных в реальной жизни [Воробьев, 2007].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что Интернет-коммуникация является одним из самых распространенных и широко используемых видов глобального мира – Интернет, которая не только выполняет функции совместной информационно-познавательной и коммуникативной деятельности, но и во многом выступает носителем современных нравственных ценностей, и которая характеризуется разнообразными способами и видами общения.

Виды Интернет-коммуникации. Форумы

Считается (во многом справедливо, хоть и не всегда), что на форумах мнение людей звучит искреннее, и поэтому степень доверия им высока. Разумеется, манипуляторы всех мастей просто не могли обойти форумы стороной. Инструменты манипулирования мнением людей на форумах сегодня интересуют и бизнес, и политиков.

Существует три принципиально разных способа входа пользователя (в том числе корпоративного) в форум – плановый вход, экстренный вход и «дежурный режим».

Плановый вход в форум. Осуществляется в спокойной обстановке, с предварительной подготовкой. Как правило, плановый вход в форум осуществляется в случаях, когда предприятие предполагает выйти на новые для себя направления бизнеса или на новые для себя территории.

Экстренный вход в форум. Экстренный вход в форум практически всегда является реакцией на уже происходящие события, как правило, негативные для нас и/или позитивные для противника. При экстренном входе в форум времени на подготовку практически нет. Вход для противодействия манипуляторам осуществляется с минимальным учетом расстановки сил на форуме.

«Дежурный режим» нахождения на форуме. «Дежурный режим» – своего рода аналог нахождения флота у берегов вероятного противника. Им пользуются, когда мы не знаем, понадобится ли нам этот ресурс через месяц, через год или еще когда-либо. Но знаем, что этот ресурс может понадобиться скорее всего как вспомогательный элемент в построении соответствующей схемы вброса нужной информации или блокирования чужого вброса.

Блоги

Само виртуальное пространство, одним из регионов которого является так называемая блогосфера, все чаще и чаще становится предметом изучения лингвистов, психологов, специалистов по современной массовой культуре. В силу этого, мы вправе ожидать наличия у блогосферы свойств виртуального пространства.

Сущность ведения сетевого дневника не сводится к оставлению в нем записей. Дерево возможных действий сетевых агентов имеет множество ветвей. Процедуры постинга, комментирования, включения или исключения других пользователей в друзья, чтение, применение визуальных средств, работа над оформлением дневника, участие в жизни сообществ, их организация и много другое говорит о том, что *вести сетевой дневник значит пребывать*

в нем и действовать в нем. Перечисленные операции составляют структуру полноценной жизни сетевой личности внутри блога [Хитров, www]. Технология блога является потенциальным посредником, побуждающим к написанию авторских тестов и обмену эмоциями и размышлениями через интернет [Lee, 2010, 212].

При этом блоги имеют и профессиональное значение: так, развивается «использование педагогических блогов в профессиональной коммуникации с целью вдохновить студентов и усилить их уверенность в рамках межкультурной коммуникации в аудиторной и внеаудиторной работе» [Jaidev, 2014, 132].

Согласно книге А.В. Попова «Блоги. Новая сфера влияния», самую большую часть блогов, около 80%, составляют так называемые онлайн-дневники личного содержания. Смысл таких дневников – писать о своей жизни и выставлять написанное на всеобщее обозрение. Или не на всеобщее – всегда есть возможность ограничить свою аудиторию кругом близких друзей. В России феноменальной популярностью пользуется Живой Журнал (ЖЖ – www.livejournal.com). По количеству пользователей «Livejournal» наша страна занимает в мире четвертое место – после США, Канады и Великобритании [Попов, 2008, 130].

Социальные сети

В работе Ларри Вебера «Эффективный маркетинг в Интернете» говорится, что за последнее время довольно популярны стали социальные сети Интернет-пространства, специализирующиеся на услугах установления связей между пользователями. На таких сайтах у пользователя есть собственная страница, список «друзей» (как реальных, так и просто собеседников в пределах сети), он может разместить личную информацию о себе, выложить фото-, видео- и аудиоматериалы, вступить в сообщество, или даже создать собственное, участвовать в дискуссиях на определенные темы, а также вести дневник. Такого рода развлекательно-коммуникативные сайты становятся с каждым днем все более популярными. С одной стороны, это не привычные для всех сайты знакомств или чаты, где сделан акцент именно на новых контактах и общении. С другой стороны, здесь предоставляется гораздо больше возможностей, чем

на развлекательных порталах. Условно все сайты такого рода можно разделить на три категории.

1. Первую категорию составляют сайты, посвященные поддержанию контакта с уже знакомыми людьми («Вконтакте», «Одноклассники», «Мой круг», «Мир тесен» и т. д.).

2. Вторую категорию составляют сайты с возможностью создания собственной страницы в Интернете, рассказывающей о ее владельце – о его личности, жизни и интересах («Мой мир», «Привет!», «Рамблер-Планета» и т. д.).

3. В третью категорию помещены сайты, отличительная особенность которых в том, что они созданы по заранее написанным сценариям. Пользователи «живут» в виртуальном мире: все их действия носят игровой характер («Остров Джаманго», «Дом» и т.д.) [Вебер, 2010, 85].

Электронная почта

Появление электронной почты можно отнести к 1965 г. Общее развитие электронной почты шло через развитие локального взаимодействия пользователей на многопользовательских системах. Пользователи могли, используя программу MAIL, пересылать друг другу сообщения в пределах одного мейн-фрейма (большого компьютера). Следующий шаг был в возможности переслать сообщение пользователю на другой машине – для этого использовалось указание имени машины и имени пользователя на машине. Третий шаг для становления электронной почты произошел в момент появления передачи писем через третий компьютер. В данном случае адрес пользователя включал в себя маршрут до пользователя через несколько промежуточных машин. Но, к сожалению, недостатком такой адресации было то, что отправителю (или администратору машины, на которой работал отправитель) необходимо было знать точный путь до машины адресата. Однако это не помешало развитию такого вида адресации [Прончев, Бухтиярова, Фесенко, 2009, 122].

Правильное написание электронной почты пока не зафиксировано в словарях. Например, Е.Ю. Ваулина в словаре «Мой компьютер» предлагает писать «*e-майл*» и «*e-мэйл*», но замечает, что такое написание не соответствует

литературной норме, поэтому, в то же время, советуют писать «*e-mail*» латиницей.

Электронная почта (от англ. email, e-mail, electronic mail) – это технология и предоставляемые ею услуги по пересылке и получению электронных сообщений (называемых «письма» или «электронные письма») по распределенной (в том числе глобальной) компьютерной сети.

В чем же заключается работа электронной почты? С ее помощью письмо-текст, снабженный стандартным заголовком (конвертом), доставляется по указанному адресу, который определяет местонахождение машины и имя адресата, и помещается в файл, называемый почтовым ящиком адресата, с тем, чтобы адресат мог его достать и прочесть в удобное время. При этом между почтовыми программами на разных машинах существует соглашение о том, как писать адрес, чтобы все его понимали.

Основная привлекательность электронной почты заключается в ее скорости. Однако есть и другие преимущества, которые не так широко известны [Алексеев, 2008, 67].

Кроме того, электронная почта является отличным средством общения людей (хотя и ограниченного круга, т. е. обладателей ПК с соответствующим обеспечением). Можно с уверенностью сказать, что электронную почту ждет большое будущее во всех ее проявлениях, и что она будет постоянно развиваться и совершенствоваться, что будет приводить к более удобному ее использованию.

Интернет-чаты

С развитием информационных технологий стали возможным еще более глобальные коммуникации.

Чат (от англ. chat – болтать, болтовня, разговор) – это средство обмена сообщениями по компьютерной сети в режиме реального времени, а также программное обеспечение, позволяющее организовывать такое общение. Характерной особенностью чатов является коммуникация именно в реальном времени или близкая к этому, что отличает чат от форумов и других «медлен-

ных» средств. Поэтому чат стал, пожалуй, самым обсуждаемым интернет-новшеством [Кондратьев, 2005, 144].

Исследование лингвистических особенностей чата проводилось в основном западными учеными. Согласно труду Ю.А. Семенова «Протоколы Internet», по-настоящему популярным стал разработанный в 1988 г. протокол, названный Internet Relay Chat (IRC), что примерно можно перевести как ретранслируемый Интернет – разговор. Где-то в это же время появилось и распространилось само понятие «чат». Общение в IRC быстро стало популярным из-за простоты процесса и дружелюбности среды. Например, в 1991 г. во время операции «Буря в пустыне» была организована IRC-трансляция новостей, т. е. сообщения со всего мира собирались в одном месте и в режиме реального времени передавались в IRC. Есть сведения, что подобным образом IRC использовался и во время путча в СССР, когда пользователи из Москвы моментально сообщали всему миру о происходящем на улицах [Семенов, 2005, 52].

Как же люди общаются в чатах? Процесс достаточно прост. Поскольку существует большое разнообразие чатов, любители пообщаться могут разговаривать на абсолютно любые темы. Имеются в виду сами названия чатов. К примеру, существуют чаты под названием «*Кому за 30*» или «*Чат для знакомств*», или «*Чат для флирта*», или «*Peter.Chat*» (здесь общаются жители Санкт-Петербурга). В общем, можно перечислять эти названия бесконечно. Для уже зарегистрированных пользователей необходимо при входе в чат ввести свой *логин* и *пароль*. Если желающий пообщаться еще не зарегистрирован, ему необходимо это сделать. При регистрации пользователь получает информационные данные (*логин* и *пароль*) и сам выбирает себе псевдоним (его называют «ник», от англ. nickname). То есть это обязательно должно быть какое-то вымышленное имя или прозвище, на любом языке, будь то русский или латиница. После регистрации пользователь может начать общение.

Общение в чате не обходится без телесности. В первую очередь «эмоциональный дефицит» был определенным образом компенсирован путем введения в виртуальное общение суррогатных, частично типизированных эмоциональных реакций – «смайликов» (от англ. smile – улыбка), которые получили чрезвычайно широкое распространение, а также написание фразы или ее части

ЗАГЛАВНЫМИ БУКВАМИ, которое повсеместно в Сети трактуется как повышение голоса [см. подробнее о невербальных способах выражения Montepare, 2014].

Иными словами, новый мир и новый стиль жизни в этом мире требует новых языковых средств коммуникации либо трансформации старых. Сленг, выработанный пользователями чата, переходит в общеупотребительную лексику [Надеждина, 2007, 64].

Таким образом, Интернет и общение в нем – это самое прогрессивное средство коммуникации. Ежедневно пользователи Сети отправляют друг другу сотни миллионов электронных посланий, для многих из них Интернет заменил все. Миллионы людей ежедневно знакомятся и общаются друг с другом посредством различных Интернет-коммуникаций. И именно эти технологии общения становятся все более популярными.

Языковые особенности Интернет-коммуникации

В Философском словаре И.Т. Фролова сказано: «Речь, будучи «процессом пользования языком», т.е. «знаковой системой любой физической природы, выполняющей познавательную и коммуникативную функции в процессе человеческой деятельности», не может не реагировать на изменяющиеся обстоятельства коммуникации» [Фролов, 2001, 247]. Таким образом, речь, используемая в процессе виртуальной коммуникации, отличающейся от других видов спецификой канала передачи информации, должна иметь отличительные черты. Этими чертами могут быть изменения общепринятых правил орфографии, пунктуации, синтаксиса, отсутствие принадлежности текстов к письменному или устному типам речи, своеобразие компенсации невербальных и паравербальных факторов, наконец, жанровая характеристика текстов [см. Straaijer, 2014].

Рассмотрим Интернет-коммуникацию исключительно как языковой феномен. Для начала разберем проблемы статуса текста. При определении статуса текста, возникшего в процессе коммуникационного акта в Интернет-коммуникации, возникает проблема его принадлежности к письменной или

устной речи. Основным отличием устной речи от письменной является то, что устная речь линейна, она разворачивается в одном направлении во времени, в устной речи нет черновых вариантов, сказанное нельзя отменить. Временной люфт между отправлением и получением сообщения пренебрежимо мал, скорость получения сообщения равна скорости звука, все варианты сообщения предлагаются для интерпретации получателем. Это базовое отличие устной речи.

Письменная речь развивается в пространстве – сверху вниз и справа налево. Она опосредована через символы письма и поэтому лишена участия невербальных факторов. Конечно, можно говорить о частичном сохранении передачи интонации посредством пунктуации, но пунктуация, являясь системой знаков препинания в письменности какого-либо языка и правил их употребления и расстановки в тексте, не всегда прямо отражает интонацию и часто носит условный характер. Основное отличие письменной речи заключается в том, что она допускает сознательный анализ текста. Контроль над текстом выражается, с одной стороны, в отборе лексико-семантических средств, и, с другой стороны, в отборе синтаксических структур. Возможна правка текста, черновые варианты, и получатель имеет дело с окончательным вариантом текста, исправленным и проанализированным отправителем.

В данном случае рассматривается ситуация, когда типичным для Интернет-коммуникации является такое положение вещей, когда передается сообщение, и отправитель видит его целиком и частично. Отправитель набирает сообщение с клавиатуры, отправляет, и оно возникает на экране получателя. Сообщение можно откорректировать до отправки; созданное, но не отправленное сообщение можно удалить и вообще не отправлять. Как показывает практика, сообщения редко редактируются, а стиль общения, принятый при общении в Интернете, позволяет допускать ошибки в орфографии, неточности в структуре предложений, расставлять знаки препинания «по смыслу», а не «по правилам». Полученное сообщение прочитывается, и в дальнейшем к его тексту не возвращаются. Если отправитель, видя на мониторе свое сообщение, замечает допущенные ошибки, он посылает следующее сообщение, содержащее исправления, например, такое, как «серзко=мерзко». Это метатекст, то есть

текст, направленный на пояснение относительно другого текста в связи с прогнозом состояния знаний получателя, такой способ введения метатекста экономит время. Подобные сообщения-исправления создаются лишь в том случае, когда, по мнению автора, ошибка может существенно повлиять на восприятие содержания текста – таким образом, сохраняется спонтанность, присущая устной речи [Буторина, 1999, 132-133].

Теперь рассмотрим формальные признаки виртуальных текстов.

Орфография. Это система правил, определяющих единообразие способов передачи речи (слов, их форм и значимых частей) на письме. Эти правила носят традиционный характер. С первого взгляда становится понятным, что такая система правил не соблюдается при полилоговой коммуникации on-line. Одной из таких девиаций является положение, при котором написание слов и их форм подчиняется иконическому принципу: чем больше места в текущем сознании отправителя занимает данная информация, тем больше зрительного пространства получателя занимает языковая форма, передающая эту информацию. Иными словами, пишется, как слышится. Графическая форма некоторых слов приближена к звуковой и похожа на транскрипцию, например:

- «всю жизнь мечтала побывать в мужской шкуре, *мона?*»;
- «*эт-хрошо*»;
- «а *ничче*, мило»;
- «ну, че?».

Синтаксис и пунктуация. Для структуры предложений при виртуальном общении характерны прежде всего эллипсис и перестановка частей высказывания. Это признак, свойственный устному общению. Можно встретить, например, такие фразы:

- «Если Вы кого-то «поставите» других – будет не честно»;
- «пригласите «Козла на саксе», г-на Козлова т.е.».

Пунктуация в виртуальном общении приобретает семантический характер. Например, не всегда сохраняются запятые при обращении: «И что за иллюзия Кокю светила тебе в этом тоннеле?» Обращение может отделяться тире. Могут опускаться запятые при придаточных предложениях, однородных членах предложения, даже тире: «Ну вы же все сами знаете знаете что вы лучше

всех»; или при сравнениях: «Я бы сказала, что крен у нас скорее скрытый чем явный».

Лексические и графические сокращения. Кроме написаний-транскрипций в процессе виртуальной коммуникации встречаются лексические сокращения, в частности, аббревиатуры, или акронимы. Существует даже список употребляемых аббревиатур при общении на английском языке. Среди них приводятся такие, как «BOT» – «back on topic», «BTW» – «by the way», «TIA» – «2thanks in advance», «TIE» – «take it easy», «IOW» – «in other words». При общении на русском языке такие сокращения используются крайне редко, если вообще используются. Интересно отметить, что в Рунете распространен русский язык, в то время как в межкультурном интернет-опосредованном общении роль *lingua franca* занимает английский язык [см. Gu, Patkin, Kirkpatrick, 2014].

Кроме акронимов существуют так называемые полусокращения. Это такие слова, как «B4» – «before», «CUL8R» – «see you later» и просто «L8R» – «later», а также «VCNU» – «Be seeing you».

Кроме перечисленных акронимов и полусокращений, в речи участников Интернет-коммуникации встречается и третий тип лексических сокращений – усечения. При общении на русском языке можно заметить следующие усечения:

- «Я дала номер *тлф*»;
- «Ну, ты которое читала (*назв*)»;
- «*Оч* хорошо, а у тебя?».

Переходим к рассмотрению компенсации невербальных и паравербальных факторов.

Одним из таких механизмов компенсации является своеобразная пунктуация, которая используется для передачи интонации. Так, запятая и многоточие передают темп речи, например:

- «Ну да, но... Не знаю... Ну конечно...»;
- «Кафка хорош... Лени хороша... Достоевский так вообще удивителен...»;

– «я бы до этого не додумал... так бы и бросил на полумысли... да...».

При этом количество точек часто означает величину паузы: «Ага...».

Тире употребляется для выделения значимой информации, ее противоположности предшествующему тексту, помещения ее в фокус внимания читателя-слушателя.

Эмоциональная нагрузка текста, проявляющаяся при устном общении, в том числе в интонации, при виртуальном общении передается знаками препинания:

- «не понял кто чекист? Я????»;
- «ребята кто откуда???»;
- «привет!!!!!!!!!!».

В сообщениях присутствуют слова звукоподражательного характера, в сочетании со знаками препинания они свидетельствуют об интонации:

- «Мм...настоящее, если оно настоящее, всегда иллюзорно...»;
- «.....хе...»;
- «хм.....Танка – это еще и женское от “Танк”....какая уж там поэтика....».

Высота голоса, как правило, передается выделением текста заглавными буквами:

- «ЛЮДИИИИИИИИ!!! Я говорю – ПАДЪЕЕМ!»;
- «вот об этом и говорю, блин – ЧИНОВНИК ТАКОЙ ПРОПАГАНДЫ НЕ СДЕЛАЕТ НИКОГДА! Для этого нужен художник...»

В некоторых случаях, впрочем, заглавными буквами может выделяться значимая для отправителя информация: «Вы проявили ХАМСТВО и вылили его на многочисленную аудиторию».

Такие механизмы компенсации характерны для замещения паравербальных факторов. Зрительная информация может замещаться как вставкой символов, так и при помощи метатекста. Под символами имеются ввиду картинки («улыбки», «сердечки»), которые можно вставлять в сообщение, а также традиционные сочетания графических знаков, используемые для выражения невербальных факторов, например: «Ой.....классно))))))» или «НАТА привет!!!!!!!!!!:))))))))))))))))))))))))».

По заключению М.МакПартланд, «Возможность поделиться своими чувствами для пользователя соцсетей ухажит далеко за пределы письменного

слова и сегодня включает картинки, музыку и многие другие формы невербального общения» [McPartland, 1999, 445].

Интернет-коммуникация остается отдельным пространством, где личность участника акта коммуникации моделируется им самим. При виртуальном же общении мы имеем дело с таким положением, при котором говорящий при минимуме данных о получателе информации создает себе его образ и пытается представить, как воспринимаются его слова. Таким образом, реальный адресат отсутствует, он может лишь «достраиваться» в сознании отправителя по собственным ему рисункам, учитывая воображение, опыт, психические особенности, стереотипы, объективные условия, в которых оправляется информация. Иными словами, в Интернет-коммуникации пользователь такой, каким его хочет видеть собеседник, которому приходится строить образ визави, основываясь главным образом на вербальных признаках и собственном состоянии знаний, и предвидеть реакцию этого воображаемого пользователя [Жичкина, 2004, 117-120].

Таким образом, общение в Интернет-коммуникации представляет собой письменную фиксацию устной речи. Это сказывается на специфике орфографии, фиксирующей произношение и особенностях пунктуации, которой возвращается семантический характер. Для синтаксиса такого общения характерно употребление эллиптических конструкций и перестановка частей предложения. Кроме того, виртуальное общение подчиняется принципу экономии усилий отправителя и получателя. Этим объясняется употребление лексических и графических сокращений.

Заключение

Основываясь на научных трудах современных исследователей, можно сказать, что термин «коммуникация» действительно занимает важное место в жизни и деятельности каждого человека. Процесс развития коммуникации существует с давних времен, и по сегодняшний день он продолжает свое развитие. Коммуникативный акт должен поддерживаться постоянно. Он должен быть грамотным, правильно построенным, понятным. Только тогда общение между людьми будет приобретать правильное влияние друг на друга.

С каждым годом в теории коммуникации появляются все новые и новые методы изучения. Появляется все больше научных, политических, деловых отраслей, которые заинтересованы в понятии «коммуникация». Для них она имеет большое значение.

Что касается видов коммуникации, то здесь можно сделать вывод – электронная коммуникация заменила обычные «реальные» виды общения. Сейчас XXI в., а это значит, что технические отрасли уже внедрили все больше видов виртуального общения.

Интернет – это самый широко используемый вид электронной коммуникации. Имеется в виду, что Интернет – это глобальная кладовая с многочисленной информацией, которую можно легко найти. Сейчас Интернет заменил все: телевидение, музыку, книги, новости и многое другое. Но самое главное – он заменил «реальное» общение на «виртуальное». И в настоящее время люди предпочитают больше общаться с помощью разнообразных Интернет-коммуникаций, чем наяву. Тем более, что каждый из видов виртуального общения (форумы, блоги, социальные сети, электронная почта, чаты) с каждым годом развивается и получает больше возможностей для общения в сети Интернет.

Библиография

1. Алексеев Е.Р. Электронная почта от А до Я. М.: НТ ПрессВКТ, 2008. 192 с.
2. Буторина Е.П. А поговорить? Интернет как лингвистический феномен // Мир медиа XXI. 1998. № 1. С. 132-133.
3. Вебер Л. Эффективный маркетинг в Интернете. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. 320 с.
4. Войскунский А.В. Метафоры Интернета // Вопросы философии, 2001. № 11. С. 64-79.
5. Войскунский А.Е., Смыслова О.В. Роль мотивации «потока» в развитии компетентности хакера // Вопросы психологии. 2003. № 4. С. 35-43.
6. Воробьев Г.А. Виртуальная межкультурная среда // Высшее образование в России. 2007. № 9. С. 98-101.

7. Жичкина А.Е. Социально-психологические аспекты общения в Интернете. М.: Дашков и Ко, 2004. С. 117 с.
8. Зубрилин А.А., Александрова Р.И. Эмигрировавшие в Интернет // Человек. 2002. № 4. С. 131-137.
9. Кондратьев Г.Г. Общение в Интернете и ICQ. СПб.: Питер, 2005. 137 с.
10. Лассвелл Г. Структура и функции коммуникации в обществе // Назаров М.М. (ред.) Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М., 1999. С. 131–138.
11. Моррис Ч., Оган С. Интернет как масс-медиа // Журнал коммуникации. 1996. № 1. С. 42.
12. Надеждина В.А. Искусство общения в чатах. М.: Харвест, 2007. 64 с.
13. Попов А.В. Блоги. Новая сфера влияния. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. 336 с.
14. Прончев Г.Б., Бухтиярова И., Фесенко В. Компьютерные коммуникации. Сервис электронной почты. М.: Книжный дом Университет, 2009. 122 с.
15. Семенов Ю.А. Протоколы Internet. Энциклопедия. М.: Горячая линия-Телеком, 2005. 1100 с.
16. Фролов И.Т. Философский словарь. Изд. 7-е. М.: Республика, 2001. 720 с.
17. Хитров А. Блог как феномен культуры. URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/518/878/1219/05-Hitrov.pdf>
18. Шарков Ф.И. Коммуникология. Основы теории коммуникации. М.: Дашков и Ко, 2009. 592 с.
19. Anderson D. Global Linguistic Diversity for the Internet // Communications of the ACM. 2005. Vol. 48. Issue 1. P. 27-28.
20. Durant A., Shepherd I. 'Culture' and 'Communication' in Intercultural Communication // European Journal of English Studies. 2009. Vol. 13. Issue 2. P. 147-162.
21. Gernsbacher M.A. Internet-Based Communication // Discourse Processes. 2014. Vol. 51. Issue 5/6. P. 359-373.
22. Gu M., Patkin J., Kirkpatrick A. The dynamic identity construction in English as lingua franca intercultural communication: A positioning perspective // System. 2014. Vol. 46. P. 131-142.

23. Jaidev R. How pedagogical blogging helps prepare students for intercultural communication in the global workplace // *Language & Intercultural Communication*. 2014. Vol. 14. Issue 1. P. 132-139.
24. Lee L. Fostering reflective writing and interactive exchange through blogging in an advanced language course // *ReCALL*. 2010. Vol. 22. Issue 2. P. 212-227.
25. Marcoccia M. The internet, intercultural communication and cultural variation // *Language & Intercultural Communication*. 2012. Vol. 12. Issue 4. P. 353-368.
26. Matusitz J. Intercultural Perspectives on Cyberspace: An Updated Examination // *Journal of Human Behavior in the Social Environment*. 2014. Vol. 24. Issue 7. P. 713-724.
27. McPartland M.D. An Analysis of Facebook «Likes» and Other Nonverbal Internet Communication Under the Federal Rules of Evidence // *Iowa Law Review*. 2013. Vol. 99. Issue 1. P. 445-470.
28. Montepare J. Nonverbal Behavior in the Digital Age: Explorations in Internet Social Communication // *Journal of Nonverbal Behavior*. 2014. Vol. 38. Issue 4. P. 409-411.
29. Straaijer R. Internet Linguistics: A Student Guide // *English Studies*. 2014. Vol. 95. Issue 5. P. 590-592.
30. Yildiz S. Social Presence in the Web-Based Classroom: Implications for Intercultural Communication // *Journal of Studies in International Education*. 2009. Vol. 13. Issue 1. P. 46-65.

Internet communication as a means of cross-cultural communication: genre and language features

Elena A. Biryukova

Language teacher,
Moscow regional professional college of innovative technologies,
141151, 24 Revolyutsii Ploshchad' str., Losino-Petrovskiy town,
Moscow region, Russian Federation;
e-mail: helena_87@mail.ru

Annotation

The article is devoted to the matter of the Internet global system as a means of electronic communication, to determination of the general notion of internet communication, its functions, characteristics and types in the modern social environment that introduce new forms of dialogue and communication to society and all of its spheres. There is an overview of the ways of the Internet communication and its linguistic peculiarities. Communication in the Internet is a fixation of oral speech. This affects the specificity of spelling, pronunciation and locking features of punctuation, which returns a semantic meaning. The syntax of this communication is characterized by the use of elliptical constructions and rearrangement of parts of the sentence. In addition, virtual communication is following to the principle of economy of efforts of sender and recipient. The electronic communication in XXI century is considered to be developing by the net model, which has synergic, dialogic and communicative aspects with their major advantage of being open for a dialogue and able to selforganise.

For citation

Biryukova E.A. (2014) Internet-kommunikatsiya kak sredstvo mezhhkul'turnogo obshcheniya: zhanrovye i yazykovye osobennosti [Internet communication as a means of cross-cultural communication: genre and language features]. *Yazyk. Slovesnost'. Kul'tura* [Language. Philology. Culture], 6, pp. 75-98.

Keywords

Internet, internet communication, forum, blog, e-mail, internet chats.

References

1. Alekseev E.R. (2008) *Elektronnaya pochta ot A do Ya* [Electronic mail from A to Z]. Moscow: NT PressVKT Publ.
2. Anderson D. (2005) Global Linguistic Diversity for the Internet. *Communications of the ACM*, 48(1), pp. 27-28.
3. Butorina E.P. (1998) A pogovorit'? Internet kak lingvisticheskii fe-nomen [And talk about? The Internet as a linguistic phenomenon]. *Mir media XXI* [World of media XXI], 1, pp. 132-133.

4. Durant A., Shepherd I. (2009) 'Culture' and 'Communication' in Intercultural Communication. *European Journal of English Studies*, 13(2), pp. 147-162.
5. Frolov I.T. (2001) *Filosofskii slovar'* [Philosophical Dictionary]. 7th ed. Moscow: Respublika Publ.
6. Gernsbacher M.A. (2014) Internet-Based Communication // *Discourse Processes*, 51 (5/6), pp. 359-373.
7. Gu M., Patkin J., Kirkpatrick A. (2014) The dynamic identity construction in English as lingua franca intercultural communication: A positioning perspective. *System*, 46, pp. 131-142.
8. Jaidev R. (2014) How pedagogical blogging helps prepare students for intercultural communication in the global workplace. *Language & Intercultural Communication*, 14 (1), pp. 132-139.
9. Khitrov A. *Blog kak fenomen kul'tury* [Blog as a cultural phenomenon]. Available at: <http://ecsocman.hse.ru/data/518/878/1219/05-Hitrov.pdf> [Accessed 20/10/13].
10. Kondrat'ev G.G. (2005) *Obshchenie v Internete i ICQ* [Communication on the Internet and ICQ]. Saint Petersburg: Piter Publ.
11. Lasswell G. (1999) Struktura i funktsii kommunikatsii v obshchestve [The structure and function of communication in society]. In: Nazarov M.M. (red.) *Massovaya kommunikatsiya v sovremennom mire: metodologiya analiza i praktika issledovaniy* [Mass communication in the modern world: analysis methodology and practice of research]. Moscow, pp. 131–138.
12. Lee L. (2010) Fostering reflective writing and interactive exchange through blogging in an advanced language course. *ReCALL*, 22 (2), pp. 212-227.
13. Marcoccia M. (2012) The internet, intercultural communication and cultural variation. *Language & Intercultural Communication*, 12 (4), pp. 353-368.
14. Matusitz J. (2014) Intercultural Perspectives on Cyberspace: An Updated Examination. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 24 (7), pp. 713-724.
15. McPartland M.D. (2013) An Analysis of Facebook "Likes" and Other Nonverbal Internet Communication Under the Federal Rules of Evidence. *Iowa Law Review*, 99 (1), pp. 445-470.
16. Montepare J. (2014) Nonverbal Behavior in the Digital Age: Explorations in Internet Social Communication. *Journal of Nonverbal Behavior*, 38 (4), pp. 409-411.

17. Morris Ch., Ogan S. (1996) Internet kak mass-media [The Internet as mass medium]. *Zhurnal kommunikatsii* [Journal of Communication], 1, pp. 42.
18. Nadezhdina V.A. (2007) *Iskusstvo obshcheniya v chatakh* [The art of communication in chats]. Moscow: Kharvest Publ.
19. Popov A.V. (2008) *Blogi. Novaya sfera vliyaniya* [Blogs. The new sphere of influence]. Moscow: Mann, Ivanov i Ferber Publ.
20. Pronchev G.B., Bukhtiyarova I., Fesenko V. (2009) *Komp'yuternye kommunikatsii. Servis elektronnoi pochty* [Computer communications. E-mail service]. Moscow: Knizhnyi dom Universitet Publ.
21. Semenov Yu.A. (2005) *Protokoly Internet. Entsiklopediya* [Protocols of Internet. Encyclopedia]. Moscow: Goryachaya liniya-Telekom Publ.
22. Sharkov F.I. (2009) *Kommunikologiya. Osnovy teorii kommunikatsii* [Communicology. Fundamentals of the theory of communication]. Moscow: Dashkov i Ko Publ.
23. Straaijer R. (2014) Internet Linguistics: A Student Guide. *English Studies*, 95 (5), pp. 590-592.
24. Voiskunskii A.E., Smyslova O.V. (2003) Rol' motivatsii "potoka" v razvitii kompetentnosti khakera [The role of "flow" motivation in the development of hacker's competence]. *Voprosy psikhologii* [Questions of psychology], 4, pp. 35-43.
25. Voiskunskii A.V. (2001) Metafory Interneta [Metaphors of Internet]. *Voprosy filosofii* [Issues of Philosophy], 11, pp. 64-79.
26. Vorob'ev G.A. (2007) Virtual'naya mezhkul'turnaya sreda [Virtual intercultural environment]. *Vysshee obrazovanie v Rossii* [Higher education in Russia], 9, pp. 98-101.
27. Weber L. (2010) *Effektivnyi marketing v Internete* [Marketing to the Social Web]. Moscow: Mann, Ivanov i Ferber Publ.
28. Yildiz S. (2009) Social Presence in the Web-Based Classroom: Implications for Intercultural Communication. *Journal of Studies in International Education*, 13 (1), pp. 46-65.
29. Zhichkina A.E. (2004) *Sotsial'no-psikhologicheskie aspekty obshcheniya v Internete* [Social and psychological aspects of communication on the Internet]. Moscow: Dashkov i Ko Publ.
30. Zubrilin A.A., Aleksandrova R.I. (2002) Emigrirovavshie v Internet [Emigrated to the Internet]. *Chelovek* [Man], 4, pp. 131-137.