

УДК 81-114.2

**ЭЛЕКТРОННЫЕ И РУКОПИСНЫЕ ЖАНРЫ ЕСТЕСТВЕННОЙ ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ:
СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ****(на примере граффити и записей на электронной стене)****Т. В. Алтухова****ELECTRONIC AND HANDWRITTEN GENRES OF NATURAL WRITING: A COMPARATIVE ASPECT
(an analysis of graffiti and electronic wall posts)****T. V. Altukhova**

В статье анализируется соотношение реальных и электронных речевых жанров на примере сопоставления жанра граффити и жанра записи на электронной стене в социальной сети. Сравнение жанров идет по параметрам: «автор», «цель», «адресат», «знак», «социальная оценка». Исследование направлено на поиск глубинных причин отличия Интернет-жанров от реально письменных.

The article examines the relationship of "written" and electronic speech genres using the collation of the graffiti genre and the writing on the electronic wall genre of social network. The genres are compared by the parameters: "author", "goal", "target", "symbol", "social evaluation". The study aims at finding the underlying causes of differences between Internet-genres and "written" genres.

Ключевые слова: естественная письменная речь, Интернет-жанр, компьютерная коммуникация.

Keywords: natural written speech, Internet genre, computer mediated communication

Цель нашей статьи – сравнение жанров граффити и записей на электронной стене (далее ЭС) в социальной сети «В Контакте». Под граффити мы подразумеваем текст, нанесенный на материальные предметы, не предназначенные для записи. Сопоставление бумажных (реальных) и виртуальных (электронных, цифровых) жанров, позволяющее выявить степень влияния технически опосредованной среды на возникновение новых жанров и на видоизменение традиционных «бумажных», определяется исследователями как одна из основных при изучении виртуальной коммуникации [7].

Сопоставление бумажного жанра и его виртуального аналога уже имеет место в современной лингвистике. Сравнивая блог и дневник, М. Кронгауз говорит о том, что блог представляет собой совершенно особенное явление, «не имеющее точного аналога в прошлом» [9]. Связано это с новым субстратом (носителем информации) и типом общения, которое дает Интернет-среда. Наше исследование, направленное на сравнение электронной стены и граффити продолжает эту мысль и позволяет сделать нам некоторые выводы относительно соотношения традиционных жанров естественной письменной речи на Интернет-жанры и о влиянии виртуальной среды на жанровое мышление.

Интернет-среда дает новые возможности реализации коммуникативных целей, конструирования и размещения текстов. Электронный канал общения, выделяемый многими исследователями как основной признак сети Интернет [5, 6, 17], позволяет насыщать текст гиперссылками, связывать один фрагмент сети с другими. Невозможность включения в процесс коммуникации паралингвистических средств приводит к креолизированности компьютерных текстов. Анонимность общения и возможность создания виртуальной личности, не соответствующей реальному коммуниканту, снижают ответственность за текст, приводя к неформальному (или,

как считают некоторые исследователи, ненормативному общению [16]).

Оговорим основания квалификации записи на ЭС как разновидности естественного письменного жанра Интернет-общения, основываясь на исследованиях М. М. Бахтина, Н. Б. Лебедевой, К. Ф. Седова. Мы рассматриваем запись на ЭС как вербальное оформление типичной ситуации взаимодействия людей внутри социальных сетей, характеризующееся комплексом жанрово-релевантных (жанрообразующих и частотных нежанрообразующих) признаков, в числе которых значимым оказывается параметр (фациент) «субстрат», соотносимый с таким, выделяемым в семиотике параметром, как канал связи.

На наш взгляд, существует определенная общность между рассматриваемыми жанрами, связанная с тем, что жанр записи на ЭС, на наш взгляд, является электронной имитацией жанра граффити, воплощающей в себе ту же коммуникативную цель, что и последний.

Однако эти признаки оказываются наделенными разным качеством, что обусловлено различным субстратом, создающим свои законы существования записи на нем. Мы начнем с рассмотрения субстанциональных и общих жанворелевантных признаков ЭС и граффити, так как это позволит нам проследить глубинные различия, лежащие в основе специфики таких субстанциональных фациентов ЭС и граффити, как адресат, автор, целевой компонент, знак и субстрат.

Первый фациент, реализацию которого мы рассмотрим в жанре записи на ЭС – «автор». Автор в ЭС эксплицирован всегда, это связано с технической стороной общения: программное обеспечение сайта «В Контакте», отвечающее за работу ЭС как опции, автоматически подписывает автора «реплики» и размещает ссылку на его страницу. Соответственно автор оказывается не только «раскрыт», выявлен, но

и находим, существует возможность обратной связи. Этим жанр ЭС резко отличается от граффити, где автор, как правило, аноним и оказывается не найден после оставления записи. Необходимо оговориться, что под эксплицированностью автора ЭС мы не имеем в виду соответствие фигуры автора (сетевой личности, оставившей запись) реальному человеку-пользователю социальной сети. Достаточно часто информация в профайле (странице с личными данными пользователя) не соответствует реальному человеку, его создавшему, что, на наш взгляд, не говорит об анонимности текстов, опубликованных в социальной сети. А. А. Селютин пишет, что в социальных сетях реализуется «естественная речевая маска», подразумевающая открытость пользователя и состоящая из достоверных данных коммуниканта (имя, фамилия, общеизвестный ник, реальная фотография) [12, с. 140]. Однако, по нашим наблюдениям, несмотря на то что администрация сайта «В Контакте» требует размещения на страницах пользователей достоверной информации, в данной социальной сети проявлены несколько типов сетевой личности: реальная «полноценная» личность с достаточно детальной информацией о пользователе (= «естественная речевая маска», по А. А. Селютину), реальная личность без детализации (автор указывает минимум информации о себе, например только имя и фамилию, без подробностей об образовании, работе, без фотографии и др.) и выдуманная личность (= образная речевая маска, по А. А. Селютину). Данные типы мы заимствуем из статьи К. В. Шапиро [15] и считаем необходимым добавить еще один тип – смешанная сетевая личность, сочетающая в себе действительную и ложную информацию о пользователе (например, настоящая фотография, но вместо имени – ник). Возвращаясь к проблеме анонимности и эксплицированности автора, отметим, что запись, оставленную выдуманной личностью, мы не считаем анонимной, так как электронный субстрат делает возможным найти в пространстве социальной сети того, кто написал на ЭС и наличие каких-либо сведений создают определенный образ пишущего, создают личность автора. В данном случае мы разграничиваем анонимность как неопределенность и ненаходимость автора (признаки, ярко проявляющиеся в граффити) и непривязанность к реальному человеку, его паспортным или официальным данным. Однако последнее не предопределяет ненаходимость и неопределенность образа личности.

В связи с созданием виртуальной личности при общении в формате ЭС, коснемся различного проявления феномена виртуальности в жанре ЭС и граффити. Как отметил А. Г. Антипов, диалог между автором и адресатом граффити виртуален, так как образ собеседника формируется в соответствии с содержанием текста (так как иные данные, например сведения о поле, возрасте и положении человека отсутствуют), таким образом, виртуальная личность собеседника во многом интерпретативна (большой процент в ее понимании формируется интерпретацией текста и коммуникативной установкой собе-

седника) [1, с. 148]. Образ собеседника граффити, как правило, строится в контексте акта единичного общения, что кардинально отличает общение в жанрах граффити и ЭС. В социальной сети виртуальный и сетевой образ собеседника строится не только на основе написанного им в данной записи на ЭС, но и предоставляемых о себе данных, а также другого общения внутри социальной сети.

Кроме эксплицированности, проявление фациента «автор» в ЭС и в граффити различается еще по одному важному параметру. Физически автором граффити может стать любой (в данном случае не учитывается личное отношение человека к написанию на предмете как некультурному, недостойному и под.). В социальной сети же автором записи на ЭС может стать не каждый: нужно быть зарегистрированным пользователем данной сети, а иногда и состоять в списке друзей того, кому пользователь хочет написать. Таким образом, в социальной сети, по сравнению с граффити, параметр автора связан с категорией избранности, подразумевающей право доступа.

Обратимся теперь к типологии авторов, проявляющих себя в записях ЭС. Н. И. Тюкаева выделяет три образа автора по степени креолизованности: «скриптор», «креолист», «художник», исходя из творческой интенции автора [14, с. 85]. В отношении образа автора ЭС нам представляется возможным расширить классификацию, несколько изменив ее основание. В качестве признака, который ляжет в основу нашей классификации, мы выбрали функционально-семиотический способ выражения информации в сообщении. С одной стороны, это основание отражает особенности знаковой системы, используемой автором, а с другой – целевой аспект текста, который и обуславливает особенности внешней формы.

Итак, в записях ЭС всех авторов мы разделяем на следующие типы.

– «Скрипторы» – авторы, использующие стену для написания на ней вербальных (текстовых) и неграфических сообщений. К речевым произведениям, составленным такими авторами относятся и тесты информативного плана (*Собираемся завтра в девять=^.^=*), фатические (*как твое ничего? ;)))*) *ава супер!*) и др. Объединяет их использование только символов клавиатуры русской и английской языковых раскладок.

– «Художники». Авторы этого типа используют программу граффити или другого приложения для создания изображения, иногда изображения-надписи или создают рисунки из текстовых символов. Смысловый акцент записей такого автора смещен с содержания высказывания на его внешнюю, эстетическую форму. Данный тип авторов стремится к самореализации.

– «Посредники» – пользователи социальной сети, которые «бросают» на ЭС различные видео-, аудио- и графические файлы, то есть передают их, распространяют по сети, не извлекая из этого никакой выгоды и часто не комментируя оставленные записи.

– «Рекламисты» (спаммеры). На наш взгляд, эту группу авторов нельзя просто отнести к типу «пишущих», так как, во-первых, текст спама выстраивается по особым критериям, что позволяет ему «просачиваться» через фильтры и публиковаться на ЭС, и, во-вторых, спам является текстом массово распространяемым, в отличие от не-спама, который не рассчитан на многократное копирование для массовой рассылки. Кроме того, рекламный текст содержит различные символы, не несущие смысловой нагрузки (в отличие от смайлов в сообщениях авторов-скрипторов) и ссылки на страницы внутри социальной сети или Интернете вообще.

– «Флудеры» («флуд» – сообщения пользователей в Интернет-форумах и чатах, занимающие (во многих случаях) большие объёмы и не несущие какой-либо информации или очень малое количество полезной информации). Этот тип авторов, как правило, отправляет сообщения, не связанные с пользователем или темой группы, на ЭС которой оставлено сообщение. Иногда текст может носить принципиально бессмысленный характер. Например, набор цифр: 46 46 46 46 46,

Также флудом могут выступать смайлики, не являющиеся ответной реакцией на предыдущие реплики. Иногда это могут быть спонтанные надписи, не связанные с темой уже ведущейся коммуникации, часто бранного характера, оставленные пользователями, не состоящими в группе или находящимися в списке друзей тех, на чьей ЭС они пишут. Целью таких надписей обычно выступает желание «просто написать», «отметиться», оставить свой след на «чужой территории» или хулиганство, когда флуд или спам ведут с чужих, взломанных страниц, «чужими руками».

Разумеется, денотативно один и тот же пользователь может его функционально расщеплять на разные ролевые ипостаси, выступая в различных качествах, создавая различные записи: оставлять письменные сообщения и делиться файлами, ради развлечения – «бросить» забавные смайлики на чью-нибудь ЭС. Тип автора мы определяем, исходя из функциональной роли созданного им текста.

Электронный субстрат привел к расширению возможностей авторов в размещении информации (использование программ, публикация гиперссылок и медиа), что привело к возникновению типов авторов, которых не могло быть в граффити, таких, как рекламист и посредник.

Возвращаясь к классификации авторов граффити, составленной Н. И. Тюкаевой (а именно – разведению типов «креолист» и «пишущий»), считаем необходимым отметить, что специфика Интернет-общения (сложность в выражении эмоций и паралингвистических элементов см. в [5, 9, 16]) влияет на увеличение числа смайликов (эмотиконов). Это делает целесообразным объединение креолиста и пишущего в одну группу. Использование различных систем смайлов в Интернет-общении в меньшей степени, чем в граффити, актуализирует внешнюю, эстетическую сторону знака, смайлики служат для уточнения отношения автора к написанному и для

завязывания беседы (тогда смайлик, появившийся до разговора, может быть приравнен к реальному жесту – улыбке, высовыванию языка, поклону, которые провоцируют дальнейшую коммуникацию).

Обратимся к рассмотрению фациента «цель» в ЭС. Основные коммуникативные цели, реализующиеся в текстах, по Т. Г. Винокур, – фатическая и информативная [4]. Для Интернет-коммуникации исследователи выделяют следующие основные коммуникативные цели: фатическую (контактоустанавливающая), являющуюся доминирующей, а также: волюнтативно-персуазивную (убеждающую), когнитивную (приобретение знаний), тезаурусную (накопления и хранения знаний), культуuroбразующую (средство формирования новой глобальной информационной культуры и ее отдельных субкультур) и эстетическую [2, с. 30]; информативная, контактоустанавливающая, фатическая (развлекательная), цель повышения личного рейтинга (само-реализации) [12, с. 138].

Граффити носит, как правило, фатическую, релаксирующую направленность [14, с. 115], информативных записей очень мало. Внутри фатической прослеживается установка на самовыражение, проявление себя в этом мире, доходящее до эгоцентризма [1, с. 148]. В записях на ЭС фатическая (релаксирующая и развлекательная) цель реализуется достаточно часто, но не так интенсивно, как в граффити, увеличивается информативная составляющая текстов ЭС. Такое изменение в соотношении фатичи и информатики связано, на наш взгляд, с возможностями электронного субстрата. Нам представляется интересным рассмотреть особенности реализации фатической и информативной целей в записях ЭС, учитывая виды целей, выделенные исследователями виртуального пространства.

Исходя из проанализированного материала и ответов, полученных в ходе опроса, мы выделили следующие типы целей записи на ЭС:

1. Информативная цель, которую можно подразделить на следующие виды.

1) Чисто информативную: использование возможности поделиться текстовой информацией: видео- и аудиофайлами, картинками, ссылками на различные страницы, часто это записи без комментариев к тем материалам, которыми делится коммуникант. Тестовые информативные записи ЭС встречаются чаще всего в микроблогах (модификация опции «Стена») групп и встреч. Пример: *репетиция сегодня в 6, у гаражей на старом месте*. Информативные записи ЭС, расположенных на персональных страницах пользователей и представленные, как правило, нетекстовые (аудио-, видеофайлы, картинки).

2) Рекламную: сообщения рекламного характера, спам, представляющий собой записи, информирующие о каких-либо товарах или услугах, но являющихся не чисто информативными, а скрыто-побудительными, манипулятивными (скрыто-императивная). Как правило, спам запрещен системой и старается мимикрировать под нерекламный текст путем вставки лишних символов, таким

образом сочетая в себе информативный, суггестивный и «защитный» слой. Например: *Хочешь стать Властелином Колец? Купи себе "Ауди"! – Хочешь стать Властелином в Контакте?? Закажи у нас Ра ск ру ТКу гр УПП ыссВяжитесь I C Q 5бчетыречетыре2537четыре.*

2. Фатическая цель, реализуемая в нескольких направлениях:

1) контактоподдерживающая, обращенная к реальной личности. Проявляется в текстах, обращенных к не виртуальной действительности: коммуникация завязывается при помощи вопросов и комментариев к ситуациям из реальной жизни (реала), поздравлений или пожеланий;

2) контактоподдерживающая, обращенная к сетевой личности (сетевая личность, «о существовании которой сообщество узнает по ее проявлениям на пространстве сети» [15]). Проявляется в текстах, обращенных к действительности социальной сети, где адресат текста и объект возможного обсуждения – виртуальная личность, созданная пользователем сети. К коммуникативным ситуациям, завязывающимся с такой целью, относятся комментарии аватары (картинки – портрета, сопровождающего виртуальные высказывания) и статуса (записи, располагающейся под именем пользователя «В Контакте» в его анкете), записей в рубриках *интересы*, *любимые цитаты* или *о себе*. Сюда же относятся размещения приложений типа: «Узнай, кто твой герой», «Приюти питомца»;

3) цель самореализации. Проявляется в текстах, направленных на выражение собственной самобытности, индивидуальности. Это могут быть надписи-картинки (созданные при помощи различных приложений и программы граффити), а также лирические миниатюры, стихи, «умные мысли», не имеющие конкретного отношения к реальной или виртуальной жизни адресата и публикуемые для того, чтобы получить оценку со стороны и / или завязать релаксирующую беседу (носящую отвлеченный характер). Пример (взято со стены пользователя «В Контакте»): *«Кот-бабочка.=)» Представляешь, как мило смотрятся такие коты, когда сворачиваются клубочком на какой-нибудь огромной тигровой лилии..»* Сюда же можно отнести сообщения-флуд, не несущие какой-либо полезной (соответствующей теме – ситуации общения) информации, пишущиеся ради того, чтобы обратить на себя внимание, отметить.

Таким образом, мы отмечаем, что электронный субстрат рождает новые возможности реализации коммуникативных целей, которые модифицируются и трансформируются. Информативная и фатическая цели реализуются новыми способами, которых не было и не могло быть в жанрах, использующих материальный субстрат, например передача аудио- или видеофайлов, размещение приложений. Кроме того, электронный субстрат позволяет создавать виртуальную личность, отличную от реальной личности пользователя, и переписка на ЭС создает новые грани, уточняя и обогащая виртуальный образ, делая

его особенности известными тем, кто имеет доступ к ЭС пользователя.

Обратимся к описанию фациента «адресат» текста ЭС и сравним с проявлением этого же параметра в граффити. Н. И. Тюкаева отмечает, что для граффити типичен неэксплицированный адресат [14, с. 104]. Граффити могут быть полиадресатны, то есть не иметь определенного адресата, относиться ко всем, кто видит запись, могут быть безадресатны (например, *хочу спать*). Сравнивая с ЭС, мы наблюдаем серьезное отличие от граффити: записи ЭС не могут быть безадресатны, так как расположены в пространстве, предназначенном для письма и чтения, более того, пространстве, характеризующемся принадлежностью кому-либо (пользователю, группе, встрече). Записи ЭС, как и большинство надписей граффити, полиадресатны (общение в формате «one to many» по терминологии Н. Г. Асмус), они рассчитаны на то, что прочитать их могут многие, а не только тот, на чьей «территории» расположена ЭС. В ходе опроса все респонденты отметили, что записи ЭС доступны многим, кроме того, были получены ответы, иллюстрирующие осознанное использование открытости стены для публичного просмотра

Вследствие особенностей электронного субстрата и интерфейса сайта «В Контакте» (весь сайт состоит из отдельных страниц, каждая из которых имеет собственного «владельца» – группу, встречу, пользователя), адресатов записи ЭС можно разделить на три основные группы. Существует основной адресат – владелец страницы или участники группы /встречи. Вторая и третья категории пользователей, по сути, не являются адресатами, так как сообщение пишется не им, однако они могут выступать как читатели и комментаторы этих записей. Вторая категория – ближние (потенциальные) адресаты – пользователи из категории «Друзья» или «Друзья друзей» (в зависимости от закрытости страницы), то есть, те, кто просматривает страницу пользователя. И третья группа адресатов – дальняя, в которую входят те, кто является пользователем «В Контакте». Пользователь третьей группы является случайным адресатом (читателем), чье присутствие сложно предсказать и установить. Адресаты этой группы редки, так как сейчас большинство страниц имеют ограничения доступа.

Граффити также может иметь «первичного» адресата (например надпись на асфальте: *Маша, я тебя люблю!!* или ограниченную группу потенциальных читателей, например школьники как потенциальные читатели записей на партах). Однако создать четкую иерархию адресатов по признаку избранности для граффити представляется затруднительным, так как основная масса подобных записей не имеет ни первичного адресата, ни ограниченного круга вторичных читателей, о которых знает автор.

Таким образом, важный признак, объединяющий ЭС и граффити, это **открытость записи** большому количеству читателей (больше, чем один), причем количеству неопределенному. Прочитать запись на ЭС может каждый, кто просматривает стра-

ницу пользователя (то есть, кто имеет к ней доступ), граффити доступно всем, кто оказывается вблизи предмета, на который нанесен текст. Всегда существует вероятность прочтения записи незапланированным читателем, тем, кто не является адресатом. Однако, как мы отметили, признак открытости обладает различной спецификой в граффити и в ЭС, в особенности по характеру ограничения, накладываемого на возможность прочтения записи. Если граффити имеет пространственное ограничение круга читателей (например, студенческое граффити доступно тем, кто входит в учебное заведение), то ограничение на прочтение записи на ЭС накладывается самим хозяином страницы. Таким образом, ограничение открытости текста граффити механическое и объективное: оно не зависит от воли автора текста, так как сам он не может преодолеть ограничение и сделать свою запись открытой большему количеству потенциальных адресатов (например вынести стол из учебной аудитории). Ограничение прочтения записи на ЭС «В Контакте» связано с сознательным сокрытием записи от тех, кому она не может быть предназначена, например от тех, кто не входит в круг друзей. Так как пользователь имеет контроль над ограничением доступа к записям на стене, то степень открытости может варьироваться не только от профиля / группы к профилю / группе, но и во времени на странице одного и того же пользователя. Следовательно, главное, что определяет специфику проявления открытости записи в ЭС и граффити – субстрат, в одном случае позволяющий автору управлять открытостью своего текста, а в другом – препятствующий такому управлению.

Рассмотрим влияние субстрата на проявление формальной стороны фациента «знак» записи на ЭС в сравнении со знаком граффити. Основное различие в реализации этих фациентов обусловлено влиянием машинного фильтра, характерного для всего электронного общения. Мы уже отмечали, что для записей ЭС характерно усиление доли креолизованности, которая выполняет компенсаторную функцию. Также, в отличие от граффити, виртуальная запись теряет индивидуальные характеристики автора, в частности, особенности почерка, манеру письма. Запись ЭС выполняется стандартным шрифтом (одним для всех пользователей), имеет в запасе ограниченное, но в то же время общее для всех количество знаков различных семиотических систем (латиница, кириллица, иероглифы, арабские буквы и др.). Таким образом, обычная запись на ЭС (кроме созданной при помощи приложения «граффити», где написание выполняется «вручную») выступает как более стандартизированная и соответственно более искусственная, чем рукописное граффити. Ядерное выражение категория естественности перемещается в смысловое, внутреннее содержание знака ЭС, что характерно, на наш взгляд, для любого вида виртуального значения, где стандартными (неиндивидуальными) средствами передается спонтанное, «живое» слово. Происходит преодоление машинного фильтра как элемента искусственной речи.

Рассмотрим жанрово-релевантный для граффити и записи ЭС признак «маргинальность». Для граффити маргинальность выражается в нанесении надписи на поверхности, которые для этого не предназначены [14, с. 69]. Этот признак для граффити является жанрообразующим признаком, именно он обуславливает особенности автора, адресата и самого стиля граффити: неэксплицированность автора, выступающего нарушителем норм поведения, специфику полиадресатности, игровое начало, противопоставленность официальной культуре и др. Запись ЭС, на первый взгляд, также предполагает некоторую маргинальность, «незаконность» нанесения надписи, которую декларирует само название этой рубрики для записей – «Стена», данное по аналогии с распространенным материальным субстратом граффити. Однако в ЭС маргинальность иллюзорна: несмотря на название, ЭС изначально является рубрикой для записей, соответственно, размещение текста – ее основная функция. Номинация электронного жанра «стена» связана с созданием игровой, карнавальной интенции (отметим, что в другой языковой раскладке «В Контакте», названной разработчиками сайта «дореволюционной», стена названа «салон», что ставит иной смысловой акцент на «предназначенности» данного жанра, главным для разработчиков оказывается сохранить игровой момент, присущий данному жанру). Разумеется, карнавальное начало есть и в граффити. Но в ЭС качество этого признака становится несколько иным: карнавальность возводится в игру: пользователи играют создание в реальное граффити, которое исконно является игрой. Таким образом, написание на виртуальной стене оказывается игрой в игру.

В результате опроса среди пользователей социальной сети «В Контакте», на вопрос «С какой целью вы пишете на стене?» симптоматичными оказались ответы: – *Серьезного здесь не надо писать. Для меня это смеховой аспект жизни. Тут я прикалываюсь.* – *Для красоты* Хд

Соответственно маргинальное отношение к записи на стене провоцируется названием самого жанра: в сознании пишущего существует ассоциация с предметом из реальности, носящим такое же название, и, таким образом, сохраняется память о культурном запрете написания или рисования на подобных поверхностях. Возникает ситуация виртуального хулиганства, которое заключается в нарушении неких реальных предписаний и запретов, которые внутри Интернет-пространства становятся бессмысленными (писать на стенах нельзя, но ЭС пишут, потому что она создана для письма) и поэтому нарушаются. Таким образом, можно говорить о виртуальной, а не актуальной маргинальности. Однако с вхождением жанра в широкое, массовое пользование степень карнавализованности снижается: постепенно название «стена» ассоциативно связывается с жанром записей в сети так же прочно, как и с предметом реальной обстановки, а значит, и теряется ощущение маргинальности записи на ЭС.

Итак, мы проследили общие и специфические черты обоих жанров. При внешнем сходстве – мар-

гинальность, на которую намекает название «Стена», игровая интенция, открытость (общедоступность) написанного текста, общие цели (заявить о себе), самореализация – граффити и ЭС имеют глубинные различия, которые свидетельствуют о произошедшей сущностной мутации жанра, связанной с новым субстратом.

С одной стороны, электронный субстрат ведет к стандартизации и обыскуствлению текстов: набор стандартных шрифтов и функций скрывает индивидуальные характеристики автора, возможность копирования запись без изменения приводит к тому, что текст безлико «клонировается», не изменяясь в зависимости от новой ситуации обращения (перемещения на другой сайт, в другое обсуждение). При переписывании от руки мелкие неточности и описки придают каждому «изводу» неповторимый облик, часто адаптируясь под ситуацию, автор-переписчик ставит новые акценты (яркий пример – переписывание древнерусских книг). Кроме того, общение в Интернете более структурировано: каждый жанр имеет свою рубрику, локализацию своего воплощения (закрепленное положение для записей в статусе, ЭС, комментариях и т. д.) или стремится к ее обретению, что также придает одной записи сходство со всеми другими текстами этого жанра различных авторов и соответственно указывает на некоторую стандартизованность размещения электронных текстов.

Но, с другой стороны, электронный субстрат развивает другое качество, присущее естественным явлениям, – постоянное изменение, незавершенность. Любой текст внутри Интернет-общения существует как определенный этап коммуникации, но потенциально не завершает ее. Интернет-среда стремится к максимальной интерактивности, к тому, чтобы дать возможность комментирования каждого поста, опубликованного в виртуальном пространстве, чтобы, в конце концов, создать возможность бесконечного диалога и всеобщего обсуждения. Примером может служить введение новых сервисов «В Контакте», позволяющих комментировать и оценивать статусы, записи на стене и даже сами комментарии. Материальный субстрат «равнодушен» к идее интерактивности и общения: лист бумаги ограничен, и если кому-то, к примеру, захочется подписать комментарий к объявлению, то этот человек будет очень ограничен в пространстве расположения текста. Материальный субстрат может быть более адаптированным для коммуникативных целей (бумага для записей, ежедневник, листы девичьих альбомов и т. д.) или менее адаптированными (стена, стол, асфальт и др.). В отличие от материального субстрата, электронный субстрат управляем, он создается изначально для двустороннего общения и может перестраиваться согласно запросам коммуникантов, представляя собой неограниченное «поле общения».

На наш взгляд, ЭС была создана как функциональный аналог граффити, для удовлетворения потребностей в игровом, карнавальном (вызванным псевдо-маргинальностью жанра) общении, рассчи-

танным на массового адресата. Однако то, что Стена появляется именно как конвенциональный жанр, имеющий номинацию и закрепленное место расположения, и стало причиной сущностных различий между стеной и граффити. Отношения между пространствами нанесения надписей ЭС и граффити во многом схожи между приводимыми в статье «легальной» и «нелегальной» стенами, упомянутыми в статье Т. И. Доценко и С. С. Шляховой [8, с. 51]: к первым относятся те, на которых писать разрешено городскими властями, а ко вторым – те, на которых писать запрещено.

Существенным моментом, который отличает ЭС от граффити – фациент «Социальная оценка». Если граффити имеет негативную социальную оценку (что напрямую связано с маргинальностью жанра), ЭС, напротив, имеет ярко выраженную положительную оценку, которая особенно отчетливо проявилось в ситуации смены формата ЭС с добавлением функций микроблога.

Жанрообразующим признаком граффити является их маргинальность, надпись обязательно должна размещаться на поверхности, не предназначенной для написания. Этот признак обуславливает лингвистические, психологические и социокультурные особенности такого текста (подробнее об этом см. в кандидатской диссертации Н. И. Тюкаевой, посвященной студенческому граффити). Электронная стена изначально создана для размещения текстов или невербальных посланий (картинок, аудио- и видеозаписей), ее первая и основная функция как поверхности, носителя знака – коммуникативная. Маргинальность, проявляющаяся в названии (стена как поверхность, надпись на которой является хулиганством, находящимся вне границ принятого поведения) поверхностна, существует как элемент игры и не является жанрообразующим.

Отличие граффити и ЭС лежит в глубинных различиях между реальной (материальной, не виртуальной) перепиской и письменным Интернет-общением, в основе которой – различие субстратов, носителей знаков. Первая вынуждена ограничиваться своим субстратом и иногда даже бороться с ним, осваивая поверхности, не предназначенные или мало предназначенные для письма (граффити, записки поверх напечатанного текста и т. д.). Виртуальный субстрат, напротив, изначально создан для размещения текста, по словам М. Ю. Сидоровой, «виртуальное пространство создано человеком для себя, по человеческим меркам» [13]. Таким образом, электронная запись всегда располагается там, где созданы условия для максимального соответствия текста замыслу (возможность смены фона, цвета и вида шрифта и т. п.), там, где ему «разрешено» располагаться. Кроме того, электронный субстрат элитарно моделируем и контролируем, он изменяется разработчиками так, чтобы быть наиболее удобным, адекватным для тех или иных коммуникативных нужд. Этим объясняется возрастающая степень интерактивности, предполагающая возможность комментирования любой реплики, превращения любого текста в исходную точку диалога. В случае ЭС это

иллюстрируется переходом данной опции в режим микроблога, позволяющего комментировать и оценивать любое высказывание, оставленное на ЭС.

Между тем виртуальное пространство, в отличие от материального субстрата, накладывает определенные ограничения, связанные со степенью овладения навыками пользования компьютерных средств, знанием функций и сервисов, позволяющих изменять вид записи (например увеличить количество символов для одной записи на стене или в статусе, введение иероглифов и символов). Соответственно такая особенность виртуального общения, как машинный фильтр, создает новый набор социокультурных и лингвистических особенностей коммуникантов, отличный от тех, что создавали жанры реального письменного общения.

Литература

1. Антипов, А. Г. «Естественные» дискурсы: креативность VS. культурогенность [Текст] / А. Г. Антипов // Естественная письменная русская речь: исследовательский и образовательный аспекты. – Барнаул, 2003.
2. Асмус, Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства / Н. Г. Асмус: дис. ... канд. филол. наук. – Челябинск, 2005. – 266 с.
3. Бахтин, М. М. Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин // Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1986.
4. Винокур, Т. Г. Стилистика как она есть: избранные работы / Т. Г. Винокур – М.: USSR, 2010. – 168 с.
5. Галичкина, Е. Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций) / Е. Н. Галичкина: дис. ... канд. филол. наук. – Астрахань, 2001. – 212 с.
6. Горошко, Е. И. Лингвистика Интернета: формирование дисциплинарной парадигмы / Е. И. Горошко. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=76>.
7. Горошко, Е. И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии / Е. И. Горошко. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=206>.
8. Доценко, Т. И. Граффити или граффито? / Т. И. Доценко, С. С. Шляхова // Естественная письменная русская речь: исследовательский и образовательный аспекты. – Барнаул, 2003.
9. Кронгауз, М. А. Блог как благо / М. А. Кронгауз. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.russkiymir.ru/russkiymir/ru/publications/articles/article0534.html>.
10. Лебедева, Н. Б. Теоретические основы исследования естественной письменной речи [Текст] / Н. Б. Лебедева // Жанры естественной письменной речи. – М.: USSR, 2011.
11. Седов, К. Ф. Жанровое мышление языковой личности (о риторике бытового общения) / К. Ф. Седов. [Электронный ресурс]. – URL: http://library.krasu.ru/ft/ft/_articles/0070236.pdf.
12. Селютин, А. А. Жанры как форма коммуникативного выражения онлайн-личности [Текст] / А. А. Селютин // Вестник ЧГУ. – 2009. – № 35 (173). Филология. Искусствоведение. – Вып. 37.
13. Сидорова, М. Ю. Лингвистическая уникальность и лингвистическая банальность русского Интернета / М. Ю. Сидорова. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.philol.msu.ru/~sidorova/articles/index.html>.
14. Тюкаева, Н. И. Студенческое граффити как жанр естественной письменной речи [Текст] / Н. И. Тюкаева // Жанры естественной письменной речи. – М.: USSR, 2011.
15. Шапиро, К. В. Стратегии существования сетевой личности / К. В. Шапиро. [Электронный ресурс]. – URL: http://rcio.pnzgu.ru/vio/08/cd_site/Articles/art_1_18.htm.
16. Шевченко, И. С. Психологические особенности Интернет-общения / И. С. Шевченко. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.psychology.ru/lomonosov/tesises/hl.htm>.
17. Crystal, D. Language and the Internet. [Text] / D. Crystal. – Cambridge: Cambridge University Press, 2001. – 284 p.