

ИНТЕРНЕТ-ЖАНРЫ

УДК 81'38'48:004.738

ББК 81

DOI: <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2019-1-21-49-55>

В. И. Карасик
Москва, Россия
Тяньцзинь, Китай

Vladimir I. Karasik
Moscow, Russia
Tianjin, China

Жанры сетевого дискурса

Рассматриваются жанровые характеристики сетевого дискурса – общения в социальных сетях. Определены конститутивные признаки этого типа коммуникации: 1) коммуникативное сообщество людей, имеющих общие интересы и подключенных к единому электронному ресурсу, 2) полимодальная семиотика сообщений, включающих визуальный, аудиальный и собственно текстовый компоненты, 3) возможность получить немедленный отклик на размещаемый контент, 4) сокращенная дистанция общения, в которой стирается грань между приватным и публичным форматами коммуникации. Показано, что жанровая система данного типа дискурса подвижна, состоит из элементов личностного и статусного типов дискурса и включает как дискурсивно определенные, так и диффузные коммуникативные образования. Предложено выделить восемь основных жанровых групп в рамках сетевого дискурса на основе базовых интенций, ведущих к общению в этом сообществе. Это следующие группы: 1) демонстративы (автопрезентации с фотографиями себя и своих близких), 2) репортативы (сообщения о важных новостях, обычно в виде перепоста), 3) социативы (заметки об интересных явлениях и событиях, часто оформленные как тематическая группа), 4) креативы (предлагаемые сообществу собственные либо чужие художественные произведения), 5) агитативы (сообщения, продвигающие тот или иной товар или образ жизни), 6) инструктивы (советы для решения конкретной проблемы), 7) прескриптивы (назидательные послания морального плана), 8) аттрактивы (развлекательные шуточные послания).

Ключевые слова: дискурс, социальная сеть, жанры речи, формат коммуникации, полимодальная коммуникация.

Сведения об авторе: Карасик Владимир Ильич, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры общего и русского языкознания.

Место работы: Государственный институт русского языка имени А. С. Пушкина (Москва); профессор Тяньцзиньского университета иностранных языков (Китай).

E-mail: vkarasik@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0001-8306-5317>

Genres of Network Discourse

The paper deals with genre characteristics of network discourse treated as communication in social networks. Constitutive features of this communication include (1) a communicative community of people who share mutual interests and have access to a common electronic resource, (2) multimodal semiotic nature of messages having visual, auidial and textual components, (3) opportunity of immediate responses to any message, (4) a short communicative distance with merging of public and private formats of interaction. The genre system of this discourse type is very flexible, it consists of personal and institutional communicative elements and includes both distinct and diffuse genre entities. The material analyzed makes it possible to specify 8 genre types within network discourse on the basis of a key intention of communication: 1) demonstratives (self-presentations, such as selfies), 2) reportatives (important news, usually reposted), 3) sociatives (notes about interesting things or events, usually connecting people as a topical group), 4) creative (pieces of creative art, original or reposted), 5) agitatives (messages promoting some goods or way of life), 6) instructives (recommendations for solving concrete problems), 7) prescriptives (wise observations, usually with moral implications), 8) attractives (entertaining jocular messages).

Keywords: discourse, social network, speech genres, communication format, multimodal communication.

About the author: Karasik Vladimir Ilyich, Doctor of Philology, Professor of General and Russian Linguistics Department.

Place of employment: Pushkin State Institute of the Russian Language, Moscow, Russia; Professor of Tianjin Foreign Studies University, Tianjin, China.

E-mail: vkarasik@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0001-8306-5317>

Социальная сеть представляет собой общественную структуру взаимосвязанных субъектов, имеющих сходные интересы. Типы таких интересов разнородны – от обсуждения проблем со здоровьем до форумов любителей поэзии. Возникновение Интернета позволило каждому пользователю стать участником той или иной сети и при этом в определенной мере сохранить конфиденциальность общения, используя ник вместо имени. Соответственно, уточнилось понимание социальной сети – теперь это интернет-ресурс, обеспечивающий возможности общения субъектов.

Авторство термина «социальная сеть» – «*social network*» принадлежит британскому социологу Джону Барнсу, который обозначил поле исследования следующим образом: «Изучая социальную организацию простого общества, мы видим нашу цель в том, чтобы понять различные способы, посредством которых члены этого общества систематически взаимодействуют друг с другом. Для целей нашего анализа мы рассматриваем политическую систему, паттерны деревенской жизни, систему родства и другие сходные области взаимодействия как части одного и того же дискурсивного универсума, анализируя их как однопорядковые феномены, и мы стремимся показать, как одни и те же внешние факторы, принципы организации и ценности влияют на различные проявления социальной жизни» [1: 39]. Конфигурации и типы социальных сетей разнообразны, выделяются открытые и закрытые, национальные и групповые, деловые и развлекательные, новостные и предметно-ориентированные сети. Благодаря социальным сетям мир превратился, по точному определению М. Маклюэна, в глобальную деревню, жители которой хорошо знают друг друга, хотя могут физически находиться на разных континентах [2].

Общение в социальной сети в определенной мере размывает сложившуюся систему речевых жанров. Известна модель коммуникативной дистанции Э. Холла, который противопоставил интимную, дружескую, социальную и публичную дистанции между участниками общения на основании принятого в той или иной культуре типового расстояния между коммуникантами и соответствующего такому расстоянию типа общения (например, мать и маленький ребенок, друзья, полужнакомые, лектор и аудитория) [3]. В этом плане можно противопоставить приватную коммуникацию, предельной разновидностью которой выступает интимное общение, и публичную коммуникацию, предельной разновидностью которой является массовое тиражирование некоторой информации.

В социальных сетях («Фейсбук», «ВКонтакте», «Одноклассники» и др.) размещено множество сообщений, адресованных всем, но, в первую очередь, друзьям. В интернет-общении слово «друг» является калькой английского «*friend*» – хороший знакомый, с которым приятно вместе проводить время.

Анализ контента сетей показывает, что циркулирующая в них информация с некоторыми оговорками может быть разбита на восемь основных жанровых групп: 1) **демонстративы** (лат. *demonstro* – «показывать, указывать», автотипирования, фотографии себя и/или своих близких, часто с подписью, ярким представителем этой группы является селфи); 2) **репортативы** (лат. *reporto* – «передавать, сообщать, извещать», сообщения о важных новостях, часто в виде перепоста, такая информация вызывает живое обсуждение и по своей сути соответствует жанрам медиадискурса); 3) **социативы** (лат. *societas* – «компания», заметки и рассуждения об интересных вещах, эта жанровая группа позволяет объединиться друзьям в рамках той или иной предметной области; в лингвистике этот термин используется для обозначения особого совместного залога в некоторых языках, например, «мы сотрудничаем»); 4) **креативы** (лат. *creo* – «творить, создавать», художественное творчество, свое или чужое, в виде текстов, картин, инсталляций и мультимедийных проектов, сопровождаемое комментариями); 5) **агитативы** (лат. *agito* – «приводить в движение», различные сообщения, продвигающие тот или иной товар или образ жизни); 6) **инструктивны** (лат. *instruo* – «наставлять, обучать», рекомендации для решения конкретной практической проблемы); 7) **прескриптивны** (лат. *praescriptio* – «предписание», назидательные послания морального плана); 8) **аттрактивны** (лат. *attractio* – «притягивание», развлекательно-шутливые послания, например, демотиваторы).

Основанием для выделения этих жанровых групп являются их функциональные характеристики, в значительной мере соответствующие базовым интенциям, порождающим тот или иной тип речевого действия. Иначе говоря, предложенные типы жанров соотносимы с типами речевых актов, выделенных Дж. Остином и Дж. Серлем, и их последователями [4–6].

Назначение демонстративов – привлечь к себе внимание. Это самый частотный тип посланий в социальных сетях. Его важнейшие признаки – полимодальный характер информации (текст передается в неразрывной связи с фотографией или видеоклипком), наличие комментариев, которые тоже могут быть полимодальными).

Дача – особое слово в русской культуре, лингво-культурологический концепт с глубинной структурой и смыслами. Дача – это сплошная радость от буйства растений, это долгие посиделки на веранде и чай с малиной, купания в Волге, заготовки на зиму, это полное выпадание из рабочей реальности и перемещение в «лето – это маленькая жизнь» (03.08.2018).

Сообщение включает фотографии.

Комментарии:

>Красота-то какая!

>Так бы и жил в этой реальности!

>Жаль, не на Волге!

>Да, да, да! Такая сладкая затягивающая обломовщина, что начинаешь задумываться «а стоит ли вообще в Москву возвращаться»...

Автор – лингвист и поэтому использует научную терминологию, но при этом создает запоминающееся оценочное описание пребывания на даче, используя цитату из популярной песни. Комментарии, как можно видеть, солидарны с автором. Приватная информация, адресованная многим, приобретает характеристики публичной, оставаясь неофициальной и открытой. Отметим, что в этом мультимодальном сообщении фотографии органически связаны с текстом. Таковы характеристики современного лично ориентированного общения, ранее свойственные только медийному и рекламному дискурсу.

Интересен пост с фотографией (группа молодых людей за столом) и следующим текстом:

Мозгобойня 9.08.2018 Прекрасное времяпрепровождение

Комментарии:

> Что такое мозгобойня? Кафе? Викторина? Квест? Сауна?

> Неужели у вас нет такого? это такая всенародно популярная интеллектуальная забава, типа «что? где? когда?», собираешь команду, приходишь и играешь на время.

> Катя, может она и есть, но я о ней ничего не знаю, поскольку у меня одна интеллектуальная игра: Где деньги? Или лучше: Где взять денег? Ещё есть игры: Заставь дитя учиться! И пиши статью! Это моя личная мозгобойня.

> У нас, наверно, в антикафешках есть.

> Ну ты попробуй, она отвлекает от тобой перечисленного (которого, понятно, никто не отменял).

> Я тоже не знала, что такое мозгобойня.

Приведенный пример представляет собой публичное обсуждение приватной информации. Обратим внимание на экспрессивное наименование развлечения, поддержку и расширительное толкование этого события.

Репортативы представляют собой новое направление развития медийного дискурса

на стыке с повседневным общением. Сообщение новостей всё более приобретает характер личного свидетельства очевидца. Не случайно в телевизионных программах активно используются видеоклипы, присланные в редакцию. На наших глазах происходит существенная метаморфоза в подаче новостей: непрофессионализм становится достоинством в медийном ремесле, вызывая ощущение подлинности передаваемой информации. Это касается любых актуальных новостей. Природные катастрофы никого не оставляют равнодушным. Пользователь Фейсбука разместил на своей странице видеорепортаж о цунами в Фукусиме, Япония. Огромные волны смывали всё на своем пути, в мутном потоке плыли автомобили и кучи городского мусора. Это видео получило 7,8 миллионов просмотров и вызвало 4,3 тысячи комментариев (11.06.2018 г.).

Комментарии:

> Спаси их, Господи

> Природа умеет мстить... Это же ждёт и Закарпатье, если не перестанут вырубать лес

> Это какие-то новые кадры после японского цунами... Страшное цунами, которое унесло сотни тысяч жизней ...

> Это не природа. Это наши мирские грехи! Кайтесь люди и молитесь, чтобы господь нас помиловал и оградил...

> Так и хочется сказать: люди, может, глядя на такие кадры, вы перестанете друг друга ненавидеть, куда ни глянь, везде ненависть и война.

> Теперь на 100% уверен, если последний вулканчик проснется, многих смоеет.. ((

> У меня бы паника была, а они снимают!

> Не знаю, за что мстит природа именно этим людям, но она это делает на 5 с +.

> Страшная стихия, у природы свой закон, остановить невозможно, а всё потому, что люди не берегут экологию.

> Поток воды двигался в 3–4 раза меньше скорости авто, почему не уехать... удивляет щедрость оставленных авто для стихии.

> Не могу понять, если постоянно где-то такие катаклизмы, зачем там жить???? Ноги в руки и тикать оттуда подальше!!!

> Это, наверно, так выглядит конец света...

> Ужас! Даже смотреть страшно

> Страшно представить, что это реальность, а не худ. фильм!

В комментариях преобладает эмоциональная реакция ужаса, пользователи часто прибегают к религиозным аллюзиям (так, вероятно, выглядел библейский всемирный потоп), некоторые пытаются посмотреть на это событие с позиций охраны окружающей среды, ставят себя на место прямых свидетелей и жертв этого стихийного бедствия. Публичная информация приобретает характеристики приватной – лично переживаемой.

Приведем пример актуальной информации для жителей Волгограда:

Ну что, господа, Конфил можно считать потерянным для нашего города, да и для мира – за отчетный период убыток 56 млн рублей (12.08.2018).

Комментарии:

- > *Интересно, почему?*
- > *Жаль, единственное в своём роде предприятие, принадлежащее своим работникам... Причины в руководителях???*
- > *Конечно, руководство виновно.*
- > *Какая жалость! Может, климат виноват?*
- > *Подстроили*
- > *И, конечно, москвичи прикарманили.*
- > *Брянские сладкого хочуть.*

В этом сообщении говорится о кондитерской фабрике «Конфил» в Волгограде. Приводится ссылка на сайт disclosure.ru (система раскрытия информации на рынке ценных бумаг). В комментариях можно заметить сожаление по поводу этой новости (обычно жители каждого города, в котором есть фабрика конфет, считают продукцию этого предприятия очень хорошей). Комментарии содержат критику в адрес руководства фабрики и иногородних инвесторов. При этом отчетливо видна ирония в некоторых репликах.

Обратимся к социативам – сообщениям, сориентированным на друзей по интересам.

Известный отечественный лингвист излагает свое отношение к новым фактам словоупотребления:

> Вдруг замечаешь, что тебя раздражает какое-то давно известное слово. Это значит, что оно стало употребляться чаще и иначе, чем раньше. Вот «токсичный», одно из ключевых сегодня слов. Что, откуда, почему? Сьюзен Форвард написала книгу «Toxic parents» в 1989 году. Забавно, что книгу перевели на русский в 2015 году (казалось бы, вот оно) как «Вредные родители». Где же тот триггер, который приводит к локальному языковому взрыву и популярности слова именно сейчас? Что еще, кроме родителей, можно назвать токсичным? Людей, отношения? (21.07.2018).

Комментарии:

> Раздражает, потому что калька. По-русски вообще лучше не писать "токсичный если речь не идёт об инструкции по хранению отходов. Надо: ядовитый или отравляющий. В переносном смысле, разумеется, «отравляющий (жизнь)».

> Кстати, есть еще момент: расхождение значений в парах -ичный – -ический. Токсический ведь еще есть. Токсические вещества, шок, гепатит, компоненты. То есть дело не только в кальке, но и в поддержке изнутри системы русского языка. Первые компоненты в этих парах, типа драматичный, комичный, фантастичный, космичный, символический, готичный вообще тяготеют к метафорическому или

как минимум качественному употреблению, а вторые к прямому и относительному: драматический, комический, фантастический, космический, символический, готический.

> А справедливо ли сказать, что почти во всех случаях использования в переносном значении вместо «токсичный» можно было бы сказать «заразный»?

> Триггер, очевидно, ипотечный кризис в Америке 2007 г. В языковом плане – выражение toxic asset.

Специалисты и все желающие обсуждают весьма сложные характеристики языковых единиц, по стилю это научная дискуссия, сокращение дистанции прослеживается только в почти неуловимой интонации (значим смайлик в одной из реплик). Существенным оказывается и возрастной статус участников общения.

Креативы в сети весьма разнообразны. Их описание требует отдельного исследования. В рамках данной работы отметим, что отсутствие критики и цензуры (прежде всего, самоцензуры) привело к заполнению Интернета массой произведений низкого художественного уровня. Приведу фрагменты таких творений, не называя их авторов (часто пользующихся никами, что, возможно, говорит об их трезвой самооценке).

*Вот какое огорченье –
Кошка слопала варенье.
Надо мышку слопать мне,
Кошке отомуцу вполне.*

Фрагмент другого текста:

*Нутро художника трепещет,
Когда рука волочет кисть,
Сжимают думы, будто клещи,
Слепое вдохновение, явись!*

Хотелось бы допустить, что авторы этих текстов разместили их в сети как пародии на подобные произведения. Критики не обращаются к таким текстам. Впрочем, в сети можно найти (в гораздо меньшем количестве) и интересные качественные произведения. Заслуживают внимания размещенные в русскоязычном секторе «Фейсбука» стихотворения Игоря Силантьева:

*Как сидел я малой возле печки на полу,
А тут взял и стрельнул из поддувала уголек.
Он горячий был, черный, с изломанной искрой.
И к сердечку моему навсегда он присох.
С той поры я верчусь ошалелым волчком,
Посбивал уже все фишки на своем пути.
И разинувши рот, нахватал уже ерунды,
Затушить ненастный уголек чтобы тот.
А когда уголек тот погаснет, наконец,
И отвалится от сердца комочком золы,
Пустотельным болваном с разинутым ртом
Я останусь сидеть у остывшей печи.*

Этот глубокий экзистенциальный текст составляет задуматься. Стихотворение содер-

жит яркий символ, его стилистика активизирует интертекстуальные связи с фольклорными произведениями. Запоминается авторская самоирония. Один из комментаторов написал так:

> жаль, что под замком.

Такой комментарий допускает неоднозначное толкование и при этом свидетельствует о том, что стихотворение оставило след в сердце читателя.

Агитативы в сети являются специфической разновидностью рекламного дискурса. Мультимедийный формат таких текстов ярко проявляется в сообщениях о путешествиях. Рост благосостояния населения не случайно выражается в значительной доле туристического дискурса в сетевом общении [7]. Такова, например, информация о монастырях в Греции, расположенных на вершинах высоких неприступных скал. Текст включает фотографии и видео и содержит ссылки на туристические компании.

Монастыри Метеоры в Греции! Есть места на нашей планете, которые не только поражают своим величием, но и хранят в себе что-то доселе необъяснимое и таинственное. Например, греческие горы Хасия, с примостившимися на их вершинах монастырями...Греция... В голове сразу же возникают картинки великолепных пляжей, теплое море, комфортабельные отели, буйная и необычная растительность, обилие спелых фруктов – как говорится, в Греции все есть. Но эта страна еще может похвастаться археологическими памятниками древности, дошедшими до наших дней. Они неизменно привлекают внимание туристов и являются яркими достопримечательностями страны.

Есть среди них греческие монастыри, про которые можно сказать, что эти здания и сооружения – самые необычные в мире. Чем же? Монастыри примостились на вершинах скал – столбов, выступающих на шестисотметровую высоту среди равнины. Из-за столь причудливого вида эти скалы и назвали – «Метеоры», что в переводе с греческого означает «парящие в воздухе». Красиво звучит – монастыри, парящие в воздухе! (24.04.2018).

Комментарии:

>Верится с трудом. Как это сделано и как всё это держится? И главное, как там можно жить? Но красиво и захватывает дух.

>Впечатляют – не то слово! Греческие монастыри Метеоры – «парящие в воздухе» – построены на вершинах гигантских обрывистых скал. И как это строилось – до сих пор остается загадкой.

>Все, что сделано, делает Человек, значит, это возможно.

>Метеоры, греческие монастыри (греч. «парящие в воздухе»). Известны с X века, включены в список объектов всемирного наследия. Ооочень круто!! Захватывает дух!!!

Агитативные тексты в сетевом дискурсе показывают продвигаемые объекты как личностно значимую информацию. Обратим внимание на эмоционально-экспрессивную реакцию туристов. Публичная и приватная информация образуют неразрывное единство.

Инструктивы в сетевом дискурсе в полной мере соответствуют жанру «Полезные советы», такие заметки часто публиковались в массовых журналах и газетах. Их современная сетевая специфика состоит в наличии визуального компонента, комментариев (положительных и отрицательных) и тематического разнообразия. Так, например, в списке множества полезных советов можно найти весьма разнообразную информацию: «Что делать, если дергается глаз», «Как ловить щуку зимой», «Как побороть лень», «Как выбрать обогреватель», «Как сделать подошву нескользкой» и т. д. Например:

Как вывести пятно от шариковой ручки?

Если Вы такое пятнышко посадили себе на одежду, то действовать нужно так: немного смочите место на одежде, которое Вы испачкали и выдавите немного зубной пасты на грязное место, чтобы его пастой можно было перекрыть. Достаточно быстро, минут через 5–10 паста начинает синеть, стягивая потихонечку в себя чернила из Вашей одежды.

После этого вещь нужно будет положить в стиральную машинку, засыпать в нужный отдел порошок и включить необходимый режим стирки. Если всё же с первого раза от пятна Вам избавиться не удалось, тогда то же самое (т. е. обработку пастой) повторите ещё разок прямо по влажной вещи и снова положите её в стирку в машинку. Обычно этих двух раз такой обработки в сочетании со стиркой вполне хватает. Главное здесь, это провести такую «домашнюю химчистку» сразу же (найдите время!) после загрязнения одежды, а не откладывать эту процедуру на следующий день (03.09.2014).

> Отличный способ! Зубная паста чистит не только зубы!

Обратим внимание на сокращенную дистанцию общения: по своей функции такой дискурс обращен к неопределенному количеству адресатов, а по формату он как бы сориентирован на единственного получателя информации. И реакция одного из адресатов подтверждает, что высокая степень персонализации помогает общению.

Инструктивы по своей сути – ответные речевые действия. Им обычно предшествует просьба о помощи:

У меня Word 2010. Нажимаю на «печатать» открывается окно печати и еще окно для сохранения этого файла. Сохраняю файл, оба окна закрываются, и ничего не печатает. Открываю сохранённый файл – виснет.

Помогите, пожалуйста!!!

> *Посмотри в свойствах, какой принтер по умолчанию стоит.*

> *Попробуйте выбрать: файл → печать. А теперь посмотрите имя принтера. Скорее всего, у вас там будет виртуальный принтер. Нажмите на флажок и выберите свой установленный.*

> *Да, проверить принтер по умолчанию и попробовать через меню сверху слева, там тоже есть печать.*

Перед нами типичная ситуация использования инструктива в сетевом дискурсе. Обычно на просьбу о помощи сразу же откликаются.

Прескриптивы в сетевом дискурсе отражают стремление его участников время от времени возвращаться к основополагающим установкам в жизни. Как правило, это цитаты известных мыслителей в виде табличек в жанре Wandspruch (изречение на стене), распространенном в немецкой культуре. Подобные таблички встречаются и у нас в различных учреждениях. В сети такие изречения дополняются комментариями:

Если вы хотите добиться успеха, избегайте шести пороков: сонливости, лени, страха, гнева, праздности и нерешительности. Конфуций.

> *Не убавить и не добавить.*

В комментариях встречаются как согласия, так и возражения:

Пока человек чувствует боль – он жив. Пока человек чувствует чужую боль – он человек. Франсуа Гизо.

> *Это мы так говорим. Чужая боль стороной проходит.*

> *Сильно сказано!*

Отметим, что прескриптивы могут функционально сливаться с социативами, поскольку среди участников сетей образуются группы любителей подобных изречений, и такие коммуниканты выкладывают для читателей те изречения, которые показались им интересными. Например:

Однажды ученик спросил у Мастера:

– *Долго ли ждать перемен к лучшему?*

– *Если ждать, то долго! – ответил Мастер.*

> *Здорово!*

Содержание таких изречений может быть весьма грустным:

Жалейте могущественного – он может лишиться силы; жалейте богатого – он может стать бедняком; и пожалейте ученого – он сгинет среди невежд. Ибн Абд Раббихи.

> *Как точно сказано!*

Обратим внимание на жанровое размывание границы между прескриптивами и репоративами:

Нидерланды официально запретили использовать диких зверей в цирке, посчитав, что их здоровье важнее, чем развлечение публики (adme.ru).

> *А ещё недавно запретили носить даже перочинные ножи в Голландии и разводиться костёр даже на своём участке. Да, это страна будущего.*

Главная характеристика прескриптива – выражение ценностно маркированного отношения к жизни. Такие экзистенциальные установки могут быть оформлены как заслуживающие внимания новости или факты.

Последнее место по счету, но не по важности в приводимом списке жанровых групп сетевого дискурса, занимают аттрактивы – различные шутки, назначение которых состоит в том, чтобы развеселить сообщество знакомых и незнакомых друзей. Это могут быть анекдотические жизненные истории:

Некоторые греческие монастыри находятся в горах, и подняться туда можно только при помощи специальных альпинистских приспособлений или установленных механизмов. Один паломник в 1993 году отправился в такой монастырь, куда для подъёма нужно было сесть в люльку, поднимаемую верёвкой. Подъём длился около 7 минут. Ехал он вместе с монахом. На середине пути паломник обнаружил, что верёвка значительно поистрепалась и спрашивает монаха:

– *А вы часто верёвку-то меняете?*

– *Ну как порвётся, так и меняем.*

В качестве комментариев в таких случаях встречаются смайлики или лайки (иконические знаки одобрения).

Обычно в таких шутках обыгрываются актуальные факты и установки нашей жизни:

– *Здравствуйтесь, хочу записаться на фитнес.*

– *Обещание по случаю Нового года?*

– *Да.*

– *У нас есть однодневный курс с четырьмя селфи.*

Мы понимаем, что однодневное занятие в фитнес-центре никак не может повлиять на состояние здоровья и внешний вид человека.

К сожалению, множество шуток в сети сигнализируют о существенном падении общей культуры и вкуса населения. Но, тем не менее, часто встречаются остроумные высказывания:

Учитель музыки говорит ученику: «Предупреждаю, если ты не будешь вести себя, как положено, я скажу твоим родителям, что у тебя талант!».

Для понимания соли этого примера нужно знать, что жизнь детей, которых признали талантливыми, становится порой очень трудной из-за постоянной ежедневной подготовки к различным конкурсам и состязаниям.

Подведем основные итоги.

Жанровые характеристики сетевого дискурса обусловлены его системообразующими признаками – возможностью установить дружеское общение с широким кругом людей, имеющих близкие интересы, наличием

единого электронного ресурса, позволяющего поддерживать интерактивное взаимодействие, полимодальным характером сообщений, включающих визуальный и текстовый компоненты, возможностью получить немедленный отклик на размещаемую информацию, сокращенной дистанцией общения, в котором стирается грань между приватной и публичной коммуникацией. Жанровая система сетевого дискурса весьма подвижна, наряду с относительно оформленными жанрами существуют диффузные жанровые образования. На основании ба-

зовых интенций, вызывающих к жизни те или иные сообщения в сетевом дискурсе, можно выделить восемь жанровых групп таких сообщений: демонстративы, репортативы, социативы, креативы, агитативы, инструктивны, прескриптивны и аттрактивны. Сетевой дискурс оказывает существенное воздействие на развитие современного общества и способствует перестройке сложившихся типов общения, в котором личностная и статусная самопрезентация приобретают новые способы выражения.

Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (проект № 19-012-00609 А «Современная российская аксиосфера: семантическая и прагматическая трансформация русского культурного кода»).

The research is given a financial support by the Russian Foundation for Basic Research (Department of Humanitarian and Social Science), the research project no. 19-012-00609 entitled "Modern Russian Axiosphere: semantic and pragmatic transformation of the Russian cultural code".

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Barnes J. A. Class and Committees in a Norwegian Island Parish // *Human Relations*. 1954. № 7. P. 39–58.
2. Маклюен М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. М.: Жуковский, Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2003. 464 с.
3. Hall E. T. *The Hidden Dimension*. N.Y.: Anchor, 1969. 217 p.
4. Остин Дж. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1986. Вып. 17. С. 22–129.
5. Серль Дж. Р. Что такое речевой акт // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1986. Вып. 17. С. 151–169.
6. Романов А. А. Системный анализ регулятивных средств диалогического общения: пособие по теоретическим курсам. М.: Ин-т языкознания АН СССР, 1988. 183 с.
7. Новикова Э. Ю. Международный туристический дискурс как лингвокультурный трансфер. Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2017. 332 с.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Карасик В. И. Жанры сетевого дискурса // *Жанры речи*. 2019. № 1 (21). С. 49–55. DOI: <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2019-1-21-49-55>

REFERENCES

1. Barnes J. A. Class and Committees in a Norwegian Island Parish. *Human Relations*, 1954, no. 7, pp. 39–58.
2. McLuhan M. *Ponimaniye Media: Vneshniye rasshireniya cheloveka* [Understanding Media: External Human Extensions]. Moscow, Zhukovskiy, Kanon-Press-TS, Kuchkovo pole Publ., 2003. 464 p. (in Russian).
3. Hall E. T. *The Hidden Dimension*. New York, Anchor, 1969. 217 p.
4. Austin J. Slovo kak deystvie [Word as action]. *Novoe v zarubezhnoy lingvistike* [New in foreign linguistics]. Moscow, Progress Publ., 1986, iss. 17, pp. 22–129 (in Russian).
5. Searle J. Chto takoe rechevoy akt? [What is a speech act?]. *Novoe v zarubezhnoy lingvistike* [New in foreign linguistics]. Moscow, Progress Publ., 1986, iss. 17, pp. 151–169 (in Russian).
6. Romanov A. A. *Sistemnyy analiz regulyativnykh sredstv dialogicheskogo obshcheniya* [System analysis of regulatory means of dialogic communication]. Moscow, In-t yazykoznaneya AN SSSR, 1988. 183 p. (in Russian).
7. Novikova E. Yu. *Mezhdunarodnyy turistichekiiy diskurs kak lingvokul'turnyy transfer* [International tourist discourse as a linguistic-cultural transfer]. Volgograd, Izd-vo VolGU, 2017. 332 p. (in Russian).

Статья поступила в редакцию 15.08.2018

For citation

Karasik V. I. Genres of Network Discourse. *Speech Genres*, 2019, no. 1 (21), pp. 49–55 (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2019-1-21-49-55>