

ИНТЕРНЕТ-ЖАНРЫ

УДК 81'38::004.738.5
ББК 81:32.973.202

Е. И. Горошко, Т. Л. Полякова
Харьков, Украина

К ПОСТРОЕНИЮ ТИПОЛОГИИ ЖАНРОВ
СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИЙ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы развития нового направления в интернет-лингвистике виртуального жанроведения, которое является продолжением реального жанроведения, но уже в коммуникативном пространстве Глобальной паутины. Проблема выявления критериев для упорядочения речевых жанров в коммуникативном пространстве Интернета чрезвычайно сложна и многообразна, что ведет к многообразию классификаций жанров новой коммуникативной среды, которые возникают под воздействием социальных медий. В статье мы рассматриваем интерактивные модальные сайты или порталы как конвергентный гипержанр 2.0, объединяющий на основе платформ социальных медий несколько жанров 2.0 одновременно. Наиболее яркими примерами таких жанров являются коммуникативные сервисы видеохостингов (Ютуб или Вимео) и социальные сети (Фейсбук или ВКонтакте). Основной вывод: бурное развитие интернет-технологий приводит к тому, что в виртуальном жанроведении возникают новые классификации интернет-жанров, которые основаны на трех базовых составляющих – технологическом факторе (веб 1.0 – веб 2.0 – веб 3.0), исходящем из концепции развития интернет-технологий, иерархическом (гипержанр – жанр – субжанр) и коммуникативно-динамическом (традиционные коммуникации, конвергенция, гибридизация, мутация).

Ключевые слова: социальные медиа, виртуальное жанроведение, гипержанр 2.0, интерактивный мультимодальный портал (сайт).

Сведения об авторах: Горошко Елена Игоревна, заведующая кафедрой межкультурной коммуникации и иностранного языка, профессор, доктор филологических наук, доктор социологических наук.

Полякова Татьяна Леонидовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры межкультурной коммуникации и иностранного языка.

Место работы: Национальный технический университет Харьковский политехнический институт, Украина.

E-mail: olena_goroshko@yahoo.com; tatyanaji@mail.ru

O. Ig. Goroshko, T. L. Poljakova
Kharkov, Ukraine

THE CONSTRUCTION
OF GENRE TYPOLOGY
OF THE SOCIAL MEDIA

Abstract. This article focuses on the development of a new trend in the digital genre theory of the computer-mediated communication (CMC). It is an extension of the offline genres theory but applied to the communicative space of the world wide web. The task of defining criteria for the speech genres in the communicative space of the Internet is extremely complex and many-fold. As a result we observe a diversity of classifications of the newcommunicative environment which arise under the influence of social media. In this article we consider modal interactive sites or portals as a convergent hyper genre 2.0 combining several genres simultaneously on the social media communicative platforms. The most salient examples of such genres 2.0 are video hosting (YouTube or Vimeo) and social networks (Facebook or V Kontakte). The main conclusion is that a rapid development of Internet technologies triggers emergence of new digital genre classifications based on three components – technological (web 1.0 – web 2.0 – web 3.0), hierarchical (hyper genre – genre – subgenre) and communicative-dynamic (conventional communication, convergence, hybridization, mutation).

Key words: social media, digital genres, hyper genre 2.0, interactive multimodal portal (site).

About the authors: Goroshko Olena Igorevna, Chair of the Department of Cross-Cultural Communication and Modern Languages, Professor, Doctor of Philology, Doctor of Sociology.

Poljakova Tetjana Leonidovna, PhD in Linguistics, Associate Professor, Cross-Cultural Communication and Foreign Languages.

Place of employment: National Technical University Kharkov Polytechnic Institute (Kharkov, Ukraine).

Несмотря на большое количество исследований, связанных с интернет-коммуникацией, проблема развития интернет-жанров в рамках виртуального жанроведения разработана недостаточно. И этому способствует ряд причин: сложность организации комму-

никативного веб-пространства, в котором эти жанры реализуются, особенности функционирования языка в Интернете, постоянное развитие интернет-технологий и проч. И все эти процессы, происходящие в виртуальном жанроведении, нуждаются в некоем лингви-

стическом упорядочении, а именно – в разработке *динамической типологии жанров*, то есть в построении такой классификации, которая могла постоянно трансформироваться без потери своего стержня, или хотя бы – в качестве первого исследовательского шага – постараться выделить основы для ее построения и создать некую модель, отвечающую требованиям постоянно изменяющийся динамической коммуникативной среды. Это и стало целью данной работы.

Если бы мы хотели сделать мгновенный снимок функционирования интернет-жанров, то на снимке было бы видно, что в Интернете одновременно сосуществуют традиционные *бумажные жанры*, не претерпевшие своего существенного изменения в сети, например файлы письменных документов в формате *pdf*. Одновременно появляются абсолютно новые, *дигитальные* или *сетевые* жанры, которые своим рождением обязаны исключительно техническим возможностям сети Интернет и сервисов на ее основе: например *чат* или *служба мгновенных сообщений*. Возникают и *гибридные жанры*, которые под воздействием интернет-технологий или значительно изменились (например, *блоггинг*, возникший по аналогии с ведением бумажных дневников в реальной жизни), и *конвергентные* – объединяющие в себе несколько различных интернет-жанров в рамках одного коммуникативного сервиса или платформы, *мутированные жанры*, которые преобразовались в иные формы, когда становится сложно понять даже, из чего они произошли первоначально (мультипользовательские миры подобно Мад или Мур (англ.: *Muds или Moors*)). То есть коммуникативно-динамические изменения виртуальных жанров приводят к сосуществованию одновременно нескольких форматов: без изменений / с изменениями, которые в свою очередь подразделяются на *конвергенцию*, *мутацию* или *гибридизацию*.

Активное исследование жанровой системы интернет-коммуникации в последнее время позволяет говорить о нем уже как о жанровом подходе к изучению данного вида коммуникации, который создал базу для развития нового направления в интернет-лингвистике – *виртуального жанроведения* [1–6], основной целью которого стало описание и структурирование всего многообразия виртуальных или интернет-жанров, а также способов их классификации, а базовым понятием для виртуального жанроведения становится *интернет-жанр*.

Заметим, что существует много определений *интернет-жанра*. Так, о данном феномене говорят, например, как о *речевом-*

денческом типе компьютерного дискурса [7 : 13]. Одновременно под интернет-жанром понимают ... устойчивый тип текста, форму, которую принимают конкретные проявления речевой деятельности в сфере компьютерно-опосредованной коммуникации [8 : 20] и... вербально-знаковое оформление типичной ситуации взаимодействия людей в сети Интернет [9].

Л. Ю. Щипицина, говоря о *дигитальном жанре*, предлагает несколько иное определение данного понятия. Исследовательница различает понятия *дигитальные жанры* и *жанры компьютерно-опосредованной коммуникации*, считая первые более широким понятием, т.к. сам термин *дигитальный* относится к новым формам получения, переработки информации, которые основаны на специальных цифровых (дигитальных) технологиях и которые не ограничиваются только компьютером и Интернетом. Кроме жанров компьютерно-опосредованной информации, по словам Л. Ю. Щипициной, ... дигитальными являются любые другие жанры, которые возникают на основе коммуникации при помощи цифровых технологий, например, мобильная телефония или ее текстовая разновидность SMS [8 : 19]. Говоря о коммуникации с помощью мобильных телефонов, пейджеров и т.д., предлагается также использовать термин *электронный жанр* [2 : 2].

При всем разнообразии определений этого термина под *интернет-жанром*, мы, прежде всего, понимаем устойчивые типы текста, назначение которых определяет его форму, и которые обслуживают типическую ситуацию коммуникации в сети Интернет [10].

После определения интернет-жанров стоит задача их выделения и описания. И эта задача в основном может быть решена через их классификацию.

В интернет-лингвистике можно встретить большое количество классификаций интернет-жанров, которые основываются на различных критериях, что привело к тому, что проблема их выделения и формализации стала одной из наиболее актуальных в виртуальном жанроведении.

В настоящее время используют различные классификации жанров интернет-коммуникации, построенные отчасти на тех же основаниях, что и классификация жанров традиционных сфер общения, отчасти – на новых [11 : 275], но что несомненно: их классификация должна основываться на определенных жанрообразующих признаках, среди которых исследователями выделяются такие: *тематический признак*, *коммуникативная цель*, *модель автора и адресата*, *языковое воплощение жанра* [12 : 35–36; 13 :

63], сфера общения, режим синхронного / асинхронного времени, форма объективации (близость к письменному или устному тексту), диалог / полилог, композиция [12 : 35–36]. Описанные признаки во многом определяют композиционное построение текста. К числу особо значимых относят и такие стилевые черты речевого жанра, как субъективность, оценочность, нестандартизированность [Там же].

Одновременно предлагаются различные модели характеристик интернет-жанров. Так, получила распространение трехуровневая модель жанра, включающая в себя следующие составляющие: коммуникативная цель (социальное предназначение данного текстового жанра), которая осуществляется посредством структуры функционирования (англ. *move structure*) (условная внутренняя структура, с помощью которой конкретный текстовый жанр раскрывается), реализуемая при помощи риторических стратегий (вербальных и визуальных) [14], гипертекстовость (англ. *hypertextual mode*) [15 : 2].

Дж. Йейтс и В. Орликовски выделяют схожие параметры: цель коммуникативного действия, содержание и последовательность смысловых элементов, длина и физическая форма сообщения, автор и адресат сообщения, темпоральные ограничения на существование жанров, локальные параметры существования жанра [16 : 63].

Одновременно К. Илстром предложила следующие жанровые характеристики: форма, контент, цель и функциональность [17 : 17].

Л. Ф. Компанцева, проанализировав и обобщив результаты исследований, представила следующие критерии выделения и анализа интернет-жанров: коммуникативная цель; концепция адресанта; концепция адресата; событийное содержание; фактор коммуникативного прошлого; фактор коммуникативного будущего и языковое воплощение; ситуация общения; оппозиция узус / норма в коммуникативной организации речевого жанра; коммуникативный регистр дискурса; оппозиция информативная – фатическая речь; этнокультурная представленность речевого жанра; реализацию в структуре гипертекста; использование гипертекстового визуально-слухового компонента; возможность глобального интерактивного развития жанра [18 : 207–208].

Однако все представленные модели характеристик интернет-жанров не являются, на наш взгляд, полными. Некоторые из них могут применяться при описании каких-либо одних жанров, но не содержат параметров, необходимых для описания других. Одни

модели не включают медийных параметров, чрезвычайно важных в условиях стремительного развития информационных технологий и связанных с ними новых форм коммуникативного взаимодействия. Кроме того, многие модели не содержат такой важной составляющей как языковой параметр, что наиболее важно для лингвистического анализа.

Поэтому, учитывая, что жанры интернет-коммуникации имеют многопризнаковую, мультимодальную природу, наибольший интерес, как мы считаем, представляет комплексная модель интернет-жанра, представленная Л. Ю. Щипициной. Данная модель включает в себя следующие параметры:

- *медийные параметры*, к которым исследовательница относит оформление жанра, мультимедийность, гипертекстуальность, интерактивность, синхронность, количество и эксплицированность коммуникантов;

- *прагматические параметры*, характеризующие ситуацию использования жанра (коммуникативная цель, тип автора, тип адресата, хронотоп);

- *структурно-семантические параметры*, предполагающие описание содержания текста конкретного жанра и в каких структурных элементах оно воплощено;

- *языковые параметры*, к которым относятся конкретные языковые средства, используемые в создании текстов различных жанров [8 : 27–63].

Несколько иной подход к классификации интернет-жанров предлагают Н. Г. Асмус и Л. Ю. Иванов, ставя в основу разграничения жанров фактор принадлежности / непринадлежности к сети Интернет. Так, они выделяют исконно сетевые жанры, т.е. порожденные самим использованием языка в сети, примерами которых выступают жанры *неспециального общения* – чаты и дискуссионные группы, и жанры, *заимствованные из других сфер общения*, к которым относятся, например, аннотации научно-технических статей или передовицы электронных СМИ [12 : 34 ; 19].

Наряду с этим существуют более традиционные классификации, в рамках которых могут быть рассмотрены как исключительно интернет-жанры, так и более традиционные, функционирующие как в сети, так и за ее пределами. Так, в зависимости от типа дискурса, под которым понимается конкретная сфера деятельности коммуниканта, предлагается следующая классификация интернет-жанров [20 : 34]:

- *персональный дискурс*: персональные чаты в межличностной (ICQ, IM) и групповой разновидностях (IRC, веб-чат), личные веб-

страницы, личные веблоги, форумы, личные электронные письма, социальные сети;

- *политический дискурс*: политические веб-страницы, политические веблоги, политический чат, политические форумы;

- *юридический дискурс*: веб-страницы юридических фирм, форумы юридической тематики;

- *деловой дискурс*: веб-страницы фирм, деловые электронные письма, Интернет-магазины;

- *рекламный дискурс*: веб-баннеры, рекламные электронные письма, контекстная реклама, всплывающая реклама;

- *массово-информационный дискурс*: веб-страницы сетевых СМИ и новостных агентств, списки рассылки;

- *педагогический дискурс*: академическая веб-страница (университета, школы и других образовательных учреждений), форумы, чаты, мультипользовательские миры образовательной направленности [Там же : 209].

Однако данная классификация не является однозначной, так как абсолютно не учитывает новые конвергентные тенденции в интернет-технологиях, и того факта, что на одном типе коммуникативных платформ может сосуществовать все типы дискурсов.

Исходя из того, что жанр представляет некий тип высказывания в рамках определенного дискурса, существует классификация интернет-жанров на основе структуры и композиции его текста. Жанры, выделяемые на основе этих критериев, определяются как *дискурсообразующие жанры* (электронное письмо, чат, форум, мгновенные сообщения, блог, гостевая книга, многопользовательская ролевая игра онлайн, СМС). Кроме того, говорят о *дискурсоприобретенных жанрах* (флейм, сетевой флирт, виртуальный роман, флуд, послание, креатифф, спам), которые определяются на основе интенционального разнообразия высказываний текста [21 : 11].

Анализируя классификации интернет-жанров, следует подчеркнуть, что они самым непосредственным образом связаны с параметром «развитие интернет-технологий» или, как мы это называем, концепциями развития веба: веб 1.0 – веб 2.0 – веб 3.0. Так, классификация Д. Кристала базируется на ситуативном факторе и контексте развития именно технологий веб 1.0. И под жанрами ученый обозначает *ситуации использования Интернета* и включает следующие ситуации использования интернет-сервисов: *электронную почту, чат* в синхронной и асинхронной разновидностях, *мультипользовательские миры* и *Всемирную паутину* [22 : 10–14].

Существуют классификации интернет-жанров, основанные как на *сервисном факторе* (технологическом), так и на *композиционном*, в основе которого лежит понятие лингвистического дизайна (А. А. Атабекова). И здесь выделяют в зависимости от структуры или композиции интернет-текста такие жанры интернет-коммуникации как: *электронные (онлайн) библиотеки, сетература, электронные журналы, блоги, веб 2.0, блог-литература, микроблоггинг (твиттер)* [23 : 274]. Предлагают выделять и такие интернет-жанры, как: *электронная почта, чат, виртуальные конференции, электронные доски объявлений* [12 ; 18 ; 24], *форумы* [12 ; 18], *домашняя страница, различные игры и развлекательные проекты* [12], *виртуальные дневники* [18] и др., т.е. здесь классификация объединяет два основания – *сервисный* подход или технологический фактор, когда жанр реализуется в рамках определенного сервиса с неким *коммуникативным дизайном*, который и выстраивает сам жанр.

В социологии коммуникаций разрабатываются классификации интернет-жанров на основе их функциональности, т.е. в основу категоризации положены *функции использования сети Интернет*. В этой классификации существует шесть типов жанров:

- *информативные жанры*, которые используются для предъявления или получения информации (институциональные веб-страницы, веб-страницы новостных агентств и сетевых СМИ, поисковые системы, онлайн-энциклопедии, каталоги, списки рассылки, электронные библиотеки, архивы);

- *директивные жанры*, которые призваны побудить адресата осуществить какое-либо действие (веб-реклама, коммерческие и частные объявления, интернет-магазины и аукционы);

- *коммуникативные жанры*, которые служат для удовлетворения потребности в общении и соблюдения этикетных норм (чат, электронные письма, новостные группы, форумы);

- *презентационные жанры*, которые служат для самовыражения и представления данных о себе или своих произведений (личные веб-страницы, веблоги);

- *эстетические жанры*, основная цель которых реализация художественно-творческого потенциала и эстетическое воздействие на партнеров с помощью создания мнимой реальности (сетевой роман, фанфикшн);

- *развлекательные жанры*, основной целью которых является получение удовольствия от выполнения определенных

коммуникативных действий (многопользовательские миры и игры) [8].

Одновременно в функциональном подходе в качестве уточняющих параметров используют *временной параметр* (синхронность или асинхронность коммуникации), *регламентированность* (наличие или отсутствие жестких требований к форме коммуникации); *характер адресата* (массовая или личная) и *технологический параметр* [10].

При изучении блоггинга продуктивным оказался иерархический подход к описанию интернет-жанров, когда жанры интернет-коммуникации разделяют на:

- *гипержанр Интернета* (под которым понимают жанровое макрообразование, которое сопровождает социально-коммуникативные ситуации в сети Интернет и объединяет в своем составе несколько жанров) – сайт, блог, социальная сеть, электронная библиотека;

- *интернет-жанры* – электронное письмо, форум, чат, доски объявлений, рекламные баннеры, коммуникация с помощью программ мгновенного обмена сообщениями, виртуальная конференция, пост, комментарий [9]. Дополнительно выделяют *субжанры и жанроиды* [2 : 115–117 ; 9].

Необходимо отметить, что большое количество критериев для выделения интернет-жанров привело к огромному разнообразию самих классификаций, каждая из которых имеет свои как положительные, так и отрицательные стороны. Основным моментом является то, что учитывая многопризнаковость жанров интернет-коммуникации, все упомянутые классификации основываются в большинстве случаев на каких-либо определенных параметрах. Так, например, классификации, представленные Л. Ю. Щипициной и Л. Ю. Ивановым, основаны на прагматических и структурно-семантических параметрах. О. В. Лутовинова выделяет жанры компьютерно-опосредованной коммуникации (аббр. КОК) на основе структурно-семантических признаков. Д. Кристалл в основу своей классификации положил медийные признаки. Положительным моментом классификации ученого, по мнению Л. Ю. Щипициной, является то, что выделение жанров подтверждается различиями в медийной и лингвистической реализации соответствующего жанра. Лингвистические особенности часто объясняются действием медийных параметров. К отрицательным моментам можно отнести тот факт, что некоторые параметры упоминаются только при рассмотрении отдельных жанров [8 : 66].

Таким образом, можно констатировать две особенности на основе анализа класси-

фикации интернет-жанров. Во-первых, является очевидным разнообразие критериев классификации интернет-жанров, существующих в современной интернет-лингвистике. Во-вторых, существует определенная сложность выделения их общих параметров для описания всех жанров интернет-коммуникации. Для каждого жанра характерными являются определенные параметры, которые могут не являться основополагающими при описании других интернет-жанров.

Итак, мы видим, что проблема выявления критериев для выделения речевых жанров в коммуникативном пространстве Интернета чрезвычайно сложна и многообразна, что, соответственно, ведет и к многообразию классификаций жанров новой коммуникативной среды, которые возникают под воздействием технологий веб 2.0 или так называемых *социальных медий* – быстро развивающихся коммуникативных технологий веб 2.0, которые позволяют большому количеству людей одновременно общаться между собой посредством сети для достижения всевозможных целей. В социальных медиа общение может принимать самые различные формы: пользователи высказывают свое мнение, делятся опытом, знаниями, любой информацией, а также устанавливают контакты и взаимодействуют между собой.

А. Каплан и М. Ханлайн определяют социальные медиа как группу интернет-приложений на той или иной идеологической и технологической базе веб 2.0, которые позволяют участникам социальных сервисов создавать содержание (контент) и обмениваться им [25].

Классификации жанров в социальных медиа основываются на коммуникативном (особенностях функционирования этих социальных медий) и технологическом факторах.

Так, к основным коммуникативным особенностям этих медий можно отнести следующее:

- быстрое создание пользовательского контента;
- возможность мгновенного и одновременного редактирования;
- совместная работа над любым текстом или проектом;
- возможность практически постоянного общения;
- хранение больших объемов информации непосредственно в сети; а не на электронных носителях;
- легкость в работе с контентом;
- распространение интерфейсов, дружественных для пользователей;

- усиление аудиовизуального формата в передаче и представлении данных;
- смешение границ между публичным и частным в Интернете, когда традиционная частная информация или информация для избранных становится публичной и доступной всем желающим и некоторые другие свойства [4 : 63].

Появление интернет-технологий второго веба и стремительное развитие социальных сетей, работающих на основе этой веб-концепции (социальные сети, блоги, файлообменники для хранения пользовательской аудио и визуальной информации), привело к возникновению и новых жанров, которые можно условно назвать *жанры 2.0*. Среди них стали появляться и гибридные жанры, которые не имеют своих бумажных аналогов и скорее представляют чистые продукты интернет-технологий, рождение которых обусловлено объединением нескольких интернет-жанров в рамках единого интернет-сервиса или платформы [3 : 14]. К таким новым гибридным или конвергентным жанрам 2.0 можно отнести *твиттинг* или *блоггинг*.

Если мы подойдем к построению классификации интернет-жанров на основе технологического критерия, то здесь целесообразно разделить интернет-жанры по технологическому критерию, который влияет не только на оформление жанра, особенности его функционирования в сети Интернет, но также и на особенности обслуживающего его языка. Использование интернет-технологий позволяет включать в текст видеоизображения, аудиозаписи, анимацию, широко использовать графические средства (применение различных шрифтов, цвета и т.д.). Технологии позволяют изменять внешний вид текстов, их содержание, структуру и т.д. Согласно данному критерию мы предлагаем разделить интернет-жанры на:

- *жанры первого веба (веб 1.0)*, контент которых создается профессионалами интернет-сообщества и их содержание практически не подлежит изменению. Таким образом, влияние технологического критерия в данном случае минимально. Однако необходимо заметить, что в данных жанрах уже отмечаются черты гипертекстуальности, что логически подводит к появлению жанров второго веба, где влияние технологий значительно шире. Примером жанров 1 веба могут служить тексты в формате *pdf*, *WinDjView* и др.;
- *жанры второго веба (веб 2.0)*, содержание которых может создаваться и корректироваться простыми пользователями, причем их количество неограниченно. Влияние интернет-технологий в данных жанрах до-

статочно велико, благодаря чему они отличаются высокой степенью креализованности, гипертекстуальности, оперативности, интерактивности и т.д. Примерами жанров второго веба являются социальные сети, блоги и др.;

жанры третьего веба (веб 3.0), подразумевающие, что в создании контента принимают участие как простые пользователи, так и профессионалы, *эксперты направлений – особые сетевые лидеры мнений*, которые профессионально формируют и отслеживают контент [3 : 16–17]. Поиск информации в данном случае осуществляется не самим пользователем, а поисковыми машинами, которые ищут информацию по содержанию, включая поиск по видео- и цифровым изображениям, основанный на анализе метаданных [Там же].

Таким образом, бурное развитие интернет-технологий приводит к тому, что в виртуальном жанроведении возникают новые классификации интернет-жанров, которые основаны на трех базовых составляющих – *технологическом факторе* (веб 1.0 – веб 2.0 – веб 3.0), исходящем из концепции развития интернет-технологий, *иерархическом* (гипержанр – жанр – субжанр) и *коммуникативно-динамическом* (традиционные коммуникации, конвергенция, гибридизация, мутация).

Для иллюстрации сказанного рассмотрим жанровые процессы, происходящие на сайтах второго веба или *интерактивных мультимодальных платформах* (англ: *interactive multimodal platforms (sites)* (аббр. ИМП)), которые позволяют в социальном вебе комментировать мультимодальный контент посредством мультимодальных каналов в границах одного сайта. ИМП минимально использует текст и еще одну дополнительную семиотическую систему (видео, аудио, графику). И эти модусы могут реализовываться как в синхронном, так и асинхронном режимах передачи данных.

ИМПы собственно всегда являются сервисами второго веба, инкорпорируя пользовательский контент и социальные интеракции в единое коммуникативное пространство, в то время как далеко не все сервисы веб 2.0 представляют собой ИМПы. Например, Твиттер или Википедия в их современном виде не могут быть отнесены к ИМПам. Один из первых примеров ИМПа стал сервис Ютуба, который позволял в асинхронном режиме зарегистрированным пользователям комментировать размещаемые видео на канале как в текстовом, так и видео-форматах. Социальная сеть Фейсбук стала ИМПом после того, когда предоставила своим пользо-

вателям сервис видео-чата. Другой яркий пример ИМПов – это игровые сервисы, например онлайн-игра *Мир военных искусств* (англ.: *World of Warcraft*), которая несколько лет назад добавила в свой коммуникативный дизайн опцию синхронного аудио-чата к текстовому обмену сообщениями. Популярный сегодня среди пользователей смартфонов сервис WhatsApp представляет пример ИМПа, созданного для мобильных расширений. Этот сервис позволяет параллельно с текстовыми сообщениями обмениваться фото, видео и аудио-информацией в рамках одного диалога. И эти мультимодальные комментаторские среды ставят перед виртуальным жанроведением ряд вопросов. Например, как и зачем люди общаются в рамках данной жанровой модели? До какой степени выбор ими текста, звука или изображения влияет на сам жанр и его оформление? Как коммуникативный эффект воздействия связан с тем или иным форматом передачи информации (текст, звук, видео)? И как один формат воздействия связан с другим? До какой степени этот выбор влияет на получателя сообщения? И как вся эта информация, полученная посредством нашего практического анализа, может повлиять на улучшение работы сервиса с точки зрения усиления коммуникативного эффекта воздействия [26 : 1–2]?

Исходя из проведенного анализа классификации жанров, мы можем рассматривать ИМП как *конвергентный гипержанр 2.0*, объединяющий на основе платформ второго веба несколько жанров 2.0 одновременно. Наиболее яркими примерами таких жанров являются коммуникативные сервисы видеохостингов (Ютуб или Вимео) и социальные сети (Фейсбук или ВКонтакте).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Горошко Е. И., Землякова Е. А., Полякова Т. Л. Жанры 2.0 : проблема типологии и категоризации (на примере коммуникативного сервиса Твиттер) // Жанры речи : сб. науч. тр. / под ред. В. В. Дементьева. Вып. 8. Памяти К. Ф. Седова. Саратов ; М. : Лабиринт, 2012. С. 344–356.
2. Горошко Е. И., Жигалина Е. А. Виртуальное жанроведение : устоявшееся и спорное // Вопросы психолингвистики. 2010. № 12. С. 105–124.
3. Горошко Е. И. Чирикающий жанр 2.0 Твиттер, или что нового появилось в виртуальном жанроведении // Вестник Тверского государственного университета. 2011. № 3 (Филология). С. 11–20.
4. Горошко Е. И. Гендерные аспекты интернет-коммуникаций : дис. ... д-ра соц. наук. Харьков, 2009. 500 с.
5. Горошко Е. И. Лингвистика Интернета : формирование дисциплинарной парадигмы // Жан-

ры и типы текста в научном и медийном дискурсе. Вып. 5. Орел : Каргуш, 2007. С. 223–237.

6. Горошко Е. И. Теоретический анализ интернет-жанров : к описанию проблемной области // Жанры речи : сб. науч. тр. / под ред. В. В. Дементьева. Вып. 4. Саратов : Колледж, 2007. С. 111–127.

7. Кондрашов П. Е. Компьютерный дискурс : социолингвистический аспект : дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2004. 184 с.

8. Цицицина Л. Ю. Жанры компьютерно-опосредованной коммуникации. Архангельск : Поморский ун-т, 2009. 238 с.

9. Землякова О. О. Лингвостилістичні характеристики жанру англомовного корпоративного блогу : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Харків, 2010. 22с.

10. Полякова Т. Л. Лингвостилістичні характеристики жанру твіттинг в англомовній політичній інтернет-комунікації : автореф. канд. філол. наук. Харків, 2014. 18 с.

11. Дементьев В. В. Теория речевых жанров. М. : Знак, 2010. 600 с.

12. Асмус Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства : дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2005. 266 с.

13. Шмелева Т. В. Речевой жанр : Опыт общепилологического осмысления // Collegium. Киев, 1995. № 1–2. С. 57–65.

14. Swales J. M. Genre Analysis – English in academic and research settings. Cambridge : Cambridge University Press, 1990. 260p.

15. Askehave I., Nielsen A. What are the Characteristics of Digital Genres? – Genre Theory from a Multimodal Perspective. Proceedings of the 38th Hawaii International Conference on System Sciences. 2005. P. 120–141.

16. Yates J., Orlikowski W. J. Genre Systems : Structuring Interaction through Communicative Norms. Cambridge, Massachusetts, 1998. URL: <http://ccs.mit.edu/papers/CCSWP205/> (дата обращения: 12.06.2011).

17. Ihlstrom C. The Evolution of a New(s) Genre : Doctoral Dissertation. School of Information Science, Computer and Electronic Engineering, Halmstad University ; Department of Informatics, Goteborg University. Gothenburg Studies in Informatics. 2004. 164 p.

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

19. Иванов Л. Ю. Язык Интернета: заметки лингвиста. 2000. URL: <http://www.faq-www.ru/lingv.htm> (дата обращения: 28.05.2011).

20. Цицицина Л. Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация. Лингвистический аспект анализа. М. : КРАСАНД, 2010. 296 с.

21. Лутовинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса. Волгоград : Перемена, 2009. 477 с.

22. Crystal D. Language and the Internet. Cambridge : Cambridge University Press, 2004. 272 p.

23. Шульга О. А. Основные жанровые разновидности интернет-текстов // Ученые записки Забай-

кальского государственного гуманитарно-педагогического университета им. Н. Г. Чернышевского. 2009. № 3 (26). Серия Филология, история, востоковедение. С. 274–276.

24. Галичкина Е. Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций) : дис. ... канд. филол. наук. Астрахань, 2001. 212 с.

25. Kaplan, A. M., Haenlein, M. If you love something, let it go mobile: Mobile marketing and mobile social media 4x4 // Business Horizons, vol. 55, iss. 2, 2012, pp. 129–139.

26. Herring S. C. New frontiers in interactive multimodal communication // The Rutledge handbook of language and digital communication. Eds. A. Georgopoulou, T. Spilloti. L. : Rutledge, 2015. URL: <http://info.ils.indiana.edu/~herring/hldc.pdf> (дата обращения: 06.07.2015).

REFERENCES

1. Goroshko E. I., Zemljakova E. A., Poljakova T. L. Zhanry 2.0: problema tipologii i kategorizacii (na primere komunikativnogo servisa Ttwitter) [Genres 2.0: the problem of typology and category-polarization (for example the communication service Twitter)]. *Zhanry rechi: sb. nauch. tr.* [Speech genres: collection of scientific works. Ed. by V. V. Denentyev]. Iss. 8. Saratov; Moscow, 2012, pp. 344–356.

2. Goroshko E. I., Zhigalina E. A. Virtual'noe zhanrovedenie: ustojavsheesja i spornoe [Virtual image : an established and controversial]. *Voprosy psiholingvistiki* [Issues of psycholinguistics]. 2010, no. 12, pp. 105–124.

3. Goroshko E. I. Chirikajushhij zhanr 2.0 Ttwitter, ili chto novogo pojavilos' v virtual'nom zhanrovedenii [Chirping genre 2.0 Twitter or what's new in virtual garouden]. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta* [Vestnik of Tver state University]. 2011, no. 3 (Filologija), pp. 11–20.

4. Goroshko E. I. *Gendernye aspekty internet-kommunikacij* [Gender aspects of Internet communications. Dr. philol. sci. diss.]. Har'kov, 2009. 500 p.

5. Goroshko E. I. Lingvistika Interneta: formirovanie disciplinarnoj paradigmy [Internet linguistics : development of a disciplinary paradigm]. *Zhanry i tipy teksta v nauchnom i medijnom diskurse* [Genres and text types in academic and media discourse]. Iss. 5. Orel, 2007, pp. 223–237.

6. Goroshko E. I. Teoreticheskij analiz Internet-zhanrov: k opisaniju problemnoj oblasti [A theoretical analysis of Internet genres: to the description of the problem area]. *Zhanry rechi: sb. nauch. tr.* [Speech genres: collection of scientific works. Ed by V. V. Dementyev]. Iss. 4. Saratov, 2007, pp. 111–127.

7. Kondrashov P. E. *Komp'juternyj diskurs: sociolingvisticheskij aspekt* [Computer discourse: sociolinguistic aspect. Cand. philol. sci. diss.]. Krasnodar, 2004. 184 p.

8. Shchipicina L. Ju. *Zhanry komp'juternoposredovannoj kommunikacii* [Genres of computer-mediated communication]. Arhangel'sk, 2009. 238 p.

9. Zemljakova O. O. *Lingvostilistichni harakteristiki zhanru angloimovnogo korporativnogo blogu* [Sty-

listic characteristics of English corporate blog genre. Cand. philol. sci. thesis diss.]. Harkiv, 2010. 22 p.

10. Poljakova T. L. *Lingvostilistichni harakteristiki zhanru ttwitter v angloimovnij politichnij internet-kommunikacii* [Ttwitter stylistic characteristics of the genre in the English political Internet communication. Cand. philol. sci. thesis diss.]. Harkiv, 2014. 18 p.

11. Dementyev V. V. *Teorija rechevyh zhanrov*. M., 2010. 600 s.

12. Asmus N. G. *Lingvisticheskie osobennosti virtual'nogo komunikativnogo prostranstva* [Linguistic features a virtual communication space. Cand philol. sci. diss.]. Cheljabinsk, 2005. 266 p.

13. Shmeleva T. V. Rechevoj zhanr: Opyt obshhefilologicheskogo osmyslenija [Speech genre: Experience of general biological understanding]. *Collegium*. Kiev, 1995, no. 1–2, pp. 57–65.

14. Swales J. M. *Genre Analysis – English in academic and research settings*. Cambridge, 1990. 260 p.

15. Askehave Inger, Anne Ellerup Nielsen. What are the Characteristics of Digital Genres? – Genre Theory from a Multi-modal Perspective. Proceedings of the 38th Hawaii International Conference on System Sciences. 2005, pp. 120–141.

16. Yates J., Orlikowski W. J. *Genre Systems: Structuring Interaction through Communicative Norms*. Cambridge, Massachusetts, 1998. Available at: <http://ccs.mit.edu/papers/CCSWP205/> (accessed 12 June 2011).

17. Ihlstrom C. *The Evolution of a New(s) Genre: Doctoral Dissertation*. School of Information Science, Computer and Electronic Engineering, Halmstad University; Department of Informatics, Goteborg University. Gothenburg Studies in Informatics. 2004. 164 p.

18. Kompanceva L. F. *Internet-lingvistika kognitivno-pragmaticheskij i lingvokul'turologicheskij podhody* [Internet linguistics and cognitive-pragmatic approach lingvokulturologicheskij]. Lugansk, 2008. 528 p.

19. Ivanov L. JU. *Jazyk Interneta: zametki lingvista* (The language of the Internet: the linguist notes). 2000. Available at: <http://www.faq-www.ru/lingv.htm> (accessed 28 May 2011).

20. Shchipicina L. Ju. *Komp'juternoposredovannaja kommunikacija. Lingvisticheskij aspekt analiza* [Computer-mediated communication. The linguistic aspect of the analysis]. Moscow, 2010. 296 p.

21. Lutovinova O. V. *Lingvokul'turologicheskie harakteristiki virtual'nogo diskursa* [Lingvokulturologicheskij characteristics of virtual discourse]. Volgograd, 2009. 477 p.

22. Crystal D. *Language and the Internet*. Cambridge, 2004. 272 p.

23. Shul'ga O. A. *Osnovnye zhanrovyje raznovidnosti internet-tekstov* [Main genre varieties online texts]. *Uchenye zapiski Zabajkal'skogo gosudarstvennogo gumanitarno-pedagogicheskogo universiteta im. N. G. Chernyshevskogo* [Scientific notes of the Trans-Baikal State Humanitarian Pedagogical University n. a. N. G. Chernyshevskij]. 2009, no. 3 (26), pp. 274–276.

24. Galichkina E. N. *Specifika komp'juternogo diskursa na anglijskom i russkom jazykah (na materiale zhanra komp'juternyh konferencij)* [The specifics of

computer discourse in English and Russian languages (based on the genre of computer conferencing). Cand. philol. sci. diss.]. Astrahan', 2001. 212 p.

25. Kaplan, A. M., Haenlein, M. If you love something, let it go mobile: Mobile marketing and mobile social media 4x4. *Business Horizons*, vol. 55, iss. 2, pp. 129–139.

26. Herring S. C. New frontiers in interactive multimodal communication. *The Rutledge handbook of*

language and digital communication. Eds. A. Georgopoulou, T. Spilloti. London, 2015. Available at: <http://info.ils.indiana.edu/~herring/hldc.pdf> (accessed: 06 July 2015).

Статья поступила в редакцию 07.07.2015.