

ОТКЛИКИ И ОЦЕНОЧНЫЕ КОММЕНТАРИИ ПРИ КОМПЬЮТЕРНО-ОПОСРЕДОВАННОЙ КОММУНИКАЦИИ

М. А. Егорова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 1 октября 2013 г.

Аннотация: демонстрируется тесная связь и взаимопроникновение социально- и лингвистически ориентированных подходов к анализу компьютерно-опосредованной коммуникации (КОК), дается комплексная характеристика специфичному для КОК жанру отклика пользователя на размещаемые в сети Интернет материалы (посты) и рассматриваются некоторые особенности оценочных комментариев как составной части откликов.

Ключевые слова: компьютерно-опосредованная коммуникация, компьютерно-опосредованный дискурс, отклик пользователя, оценочный комментарий, новостной дискурс.

Abstract: *the paper emphasizes the mutual relevance and interdependence of the sociological and linguistic perspectives on Computer-Mediated Communication, as well as providing an overview of the genre of the so called 'comments', which are in fact a wide range of user reactions to posts on the Internet, and are not to be confused with evaluative comments proper, which are one specific type of such reactions.*

Key words: *computer-mediated communication, computer-mediated discourse, user reactions, evaluative comments, news discourse.*

Бурное развитие компьютерно-опосредованной коммуникации (англ. computer-mediated communication) в настоящее время существенно изменило наши представления об общении. Впрочем, нас это не должно удивлять: подобные изменения происходили и происходят на протяжении всей многовековой истории человечества – от создания письменности и почтовой службы в глубокой древности до глобальной виртуализации всех средств коммуникации, свидетелями которой являемся мы. Вектор технического прогресса направлен в сторону увеличения скорости передачи информации, ее объема и доступности, что неизменно влечет за собой социальные изменения как в масштабе личности, так и в масштабе всего общества. Следует, однако, помнить, что, при всей их важности, технические новшества играют в эволюции новых форматов общения, например «общение в социальных сетях», роль лишь некой общей предпосылки, ибо сами форматы создаются людьми. Этим объясняется как культурная специфика в использовании аналогичных ресурсов (например, социальной сети *Facebook* в Англии, Европе, России, Египте), так и широко известная практика применения ресурсов не по их прямому назначению, а иногда и вразрез с ним. Примером последнего может служить *трóллинг* – «процесс размещения на виртуальных коммуникативных ресурсах провокационных сообщений с целью нагнетания конфликтов посредством нарушения правил этического кодекса интернет-взаимодействия»

[1, с. 49]. Действия тролля, способного подорвать взаимное доверие в группе, препятствуют ее конструктивной работе и, следовательно, в корне противоречат самой идее создания виртуальных сообществ.

Феномен троллинга в частности и **социальный** аспект компьютерно-опосредованной коммуникации (далее – КОК) в целом представляют существенный интерес для психологов, социологов, политологов и специалистов по теории коммуникации. Широкий спектр проблем, актуальных для данной исследовательской области, рассматривается представителями разных общественных наук на страницах журнала – *Journal of Computer-Mediated Communication*. За пределами научной сферы социальный аспект КОК уже привлек к себе внимание не только журналистов, но и кинематографистов (фильмы *The Social Network* и *Disconnect*), что свидетельствует о высокой общественной значимости изменений, связанных с КОК.

Вызывает КОК несомненный интерес и у лингвистов. На Западе наметилась тенденция обозначения **лингвистически** ориентированных исследований КОК особым термином – анализ компьютерно-опосредованного дискурса (computer-mediated discourse analysis). Для этой исследовательской области актуальны такие проблемы, как классификация текстов, посредством которых осуществляется КОК, описание присущих им особенностей языкового оформления и факторов, влияющих на вариативность последнего, стилей общения и дискурсивных стратегий коммуникантов.

В целом представляется, что четкого «водораздела» между социально и лингвистически ориентированным исследованием КОК не существует: скорее речь следует вести о двух разных полюсах исследовательского континуума. Более того, для успешного решения некоторых научных проблем требуется объединение усилий социологов и лингвистов.

В настоящей работе ставится задача многоаспектной характеристики жанра КОК, определяемого нами как *отклик пользователя*. Данный жанр реализуется в таких виртуальных пространствах, как веб-форумы, видеохостеры, социальные сети и других, где он традиционно именуется «комментарием (к посту)». Несмотря на широкую известность данного **обиходного** наименования и его устоявшийся характер, оно все же представляется нам неудачным для **научного** обозначения исследуемого жанра. Дело в том, что соответствующие тексты и их отдельные части, как это будет показано ниже, существенно варьируются по линии коммуникативной функции, которая далеко не всегда сводится именно к комментированию поста. Широкий термин «отклик», напротив, никак не характеризует текст в содержательном плане, а лишь указывает на важный конститутивный признак жанра, а именно привязанность *отклика* к некоторому стимулу, т.е. к изначальной *посту*. Подчеркнем, что, несмотря на такую обусловленность отклика предшествующим постом, считаем целесообразным рассматривать отклик как **самостоятельный** жанр КОК, а не как часть поста. Такое решение, в частности, подсказывается тем обстоятельством, что при огромном жанровом разнообразии самих постов, отклики на них имеют общие ядерные жанрообразующие признаки. Следует также учесть, что роли и статусы отправителя поста и отправителя отклика часто существенно различаются, о чем также будет подробнее сказано ниже.

На данном этапе подробно охарактеризуем лишь одну категорию откликов, а именно отклики на **новостные** сообщения СМИ. Материалом для анализа послужили отклики на посты одной из наиболее авторитетных вещательных компаний в мире – *BBC World News*, имеющей в социальной сети *Facebook* собственную веб-страницу (<http://www.facebook.com/bbcworldnews>). Основной корпус примеров, сформированный в период с сентября 2010 по март 2012 г., включает отклики на 17 новостных сообщений. Его общий объем составляет 6096 текстовых откликов длиной от одного предложения до развернутого текста. При отборе материала учитывалось содержание поста и количество откликов на него. Дополнительный корпус постоянно пополняется новым материалом, представляющим для нас исследовательский интерес по самым разным причинам.

Как уже отмечалось, отклик – это особая форма оперативного реагирования пользователей на выпуск новостей и соответствующую сетевую публикацию. Отклики рядовых пользователей становятся доступны для массового ознакомления, как и сами журналистские материалы. Следует, однако, еще раз подчеркнуть жанровую самостоятельность откликов и возможность их рассмотрения отдельно от материалов журналистов. Наша позиция в этом вопросе отличается от позиции Л. Ю. Щипициной, считающей, что новостная заметка вместе с читательским комментарием представляет собой сложное полиавторское произведение [2, с. 240]. Соответственно, «читательский комментарий» рассматривается данным автором как составная часть жанра массово-информационного дискурса «веб-страница СМИ» [2, с. 241–248], с чем мы также не можем согласиться. Отправители откликов вступают в коммуникацию как **отдельные личности**, а не как представители социальных институтов, в то время как массово-информационный дискурс – это один из видов институционального дискурса.

Прежде чем перейти к описанию жанровых особенностей отклика, необходимо кратко охарактеризовать внешний вид блока, в котором он располагается. Пост на странице *BBC World News* в сети *Facebook* содержит метаданные (логотип *BBC World News*, дату), заголовок новостной публикации, небольшое изображение, репрезентирующее данное событие, и краткий анонс. К полному тексту новостной заметки, опубликованному на сайте компании (www.bbc.co.uk), можно перейти по ссылке. В нижней части блока располагаются кнопки «Like», «Share» и «Comment». Отклик пользователей на пост, таким образом, осуществляется **тремя** разными **способами**: путем нажатия кнопок «Like» («Нравится») или «Share» («Поделиться»), а также в виде текстового сообщения, размещаемого в отдельном окне, которое открывается после нажатия кнопки «Comment». Первая из трех кнопок позволяет пользователям показать свою заинтересованность постом, вторая – поделиться постом с другими пользователями. На сленге это называется «лайкнуть» и «сделать перепост». Крайне важно подчеркнуть, что *лайки* отнюдь не свидетельствуют об одобрении, это наиболее простая и быстрая форма реагирования на пост, характеризующаяся высокой степенью неоднозначности и имеющая в силу этого ряд преимуществ по сравнению с **текстовым** откликом. Объем последнего не ограничен, в среднем, как показывает анализ, он составляет 10–20 слов (2–3 предложения). В структуре текстового отклика, наряду с самим сообщением, содержатся метаданные, позволяющие идентифицировать отправителя, а также точное время публикации. Кроме того,

здесь также имеется кнопка «Like», при помощи которой другие пользователи могут положительно отреагировать на данный отклик. Технические возможности сайта позволяют отслеживать количество лайков, перепостов и текстовых откликов. В полном соответствии с принципом *медиаадекватности* [3] информация представлена лаконично – в основном в виде *виджетов*. Так, чтобы просмотреть ранее опубликованные комментарии, нужно нажать на соответствующую иконку; аналогично этому все метаданные представлены в виде *линков*, отсылающих к другим сайтам или страницам.

Характеризуя жанровую систему КОК, следует, прежде всего, отметить, что последняя, являясь новым этапом в развитии средств коммуникации, **существует с непосредственным** (устным) общением, а также с **другими формами опосредованной** коммуникации, включая общение, опосредованное бумажными носителями (письма, книги, газеты) и электронными приборами (радио, телевидение, телефон) [2, с. 41–55]. Отдельные жанры компьютерно-опосредованной коммуникации, таким образом, могут быть как аналогами известных непосредственных и опосредованных форм, так и носить принципиально новый характер. Отклик пользователя относится к числу вторых, поскольку только компьютер и Интернет создают необходимые технические предпосылки для возникновения данного жанра. Сказанное, безусловно, не означает, что на более ранних этапах обратная связь рядовых телезрителей или читателей со СМИ в принципе отсутствовала, однако звонки и письма в редакцию могут считаться лишь отдаленными прообразами современных откликов, но никак не их аналогами.

Многие исследователи КОК, например Н. С. Андрианова [4], отмечают, что в этой сфере мы имеем дело с постоянно развивающейся жанровой системой, для которой к тому же характерно пересечение отдельных характеристик у разных жанров, появление модифицированных вариантов одного и того же жанра, перетекание одного жанра в другой. Это необходимо учитывать, приступая к изучению конкретных жанров КОК. Воспользуемся общепринятыми критериями (см., например [5]) для характеристики интересующего нас жанра с точки зрения особенностей **коммуникативной ситуации** (сравните с [2]).

С учетом общедоступности откликов для массового читателя по **количеству коммуникантов** его логично отнести к **массовой** коммуникации. Возможность подобного участия рядовых личностей в массовой коммуникации – революционный переворот, связываемый с КОК. При этом отдельные личности, конечно, не приобретают способности влиять путем своих откликов на общественное мнение в той же мере, что и институты, однако «волна» откликов,

несомненно, может иметь определенный общественный резонанс.

Вместе с тем здесь же обнаруживаются и черты **групповой** коммуникации, носящей **полилогичный** характер: на пост одновременно реагирует группа находящихся в сети коммуникантов, имеющих общую тему для обсуждения; на активную роль говорящего претендует сразу несколько человек; сообщения характеризуются коллективной обращенностью; коммуниканты реагируют на посты друг друга путем «лайков» и развития темы в направлении, заданном другими пользователями. При анализе корпуса нами, однако, были также отмечены отклики, в которых пользователи вступали в **диалог** друг с другом. Переклечение из режима полилога в режим диалога нередко сигнализируют особым образом, а именно с помощью знака @, который ставится перед именем адресата:

Nicholas Trinor: **Im sick of this story, honestly I am!*¹

Zubair Abbasi: *hmm *whay are u sick?*

Nicholas Trinor: *@ zub, I'm happy they are out but, gosh there are other things in the world to report man.*

В отличие от «ветви» форумов для совокупности откликов весьма характерна **политематичность**: пользователи могут комментировать пост, другие отклики, развивать новые темы совместно с другими пользователями или даже **самостоятельно**, поскольку активное взаимодействие с другими пользователями в данном жанре факультативно.

В последнем случае отклики явно схожи с текстами, создаваемыми в режиме **монолога**. Таким образом, по **направленности речевого потока** данный жанр синкретичен – он допускает как режим полилога, так и режим диалога или монолога.

По **способу кодирования сообщения** отклик является гетерогенной формой коммуникации, поскольку ему присущи черты и **устной** (концептуальная устность), и **письменной** речи (визуально-графический характер). В языковом плане концептуальная устность проявляется в наличии построений, характерных для разговорной речи, а также в ее эмоциональности, типично выражаемой при помощи знаков препинания: *Putin...Fair??? Please!!!*

По **статусу коммуникантов** отклик относится к смешанному типу коммуникации: его адресантом является отдельная личность, однако одним из адресатов (наряду с другими рядовыми пользователями) выступает социальный институт, на странице которого публикуется отклик. Отклики могут быть адресованы и другим институтам, например правительствам стран или отдельным службам, представители

¹ Отклонения от языковой нормы здесь и далее помечены знаком «*».

которых входят в число потенциальных посетителей популярных страниц СМИ. Таким образом, данный жанр лежит на пересечении **персонального** и **институционального** дискурсов. Очевидным следствием этого является стилистическая неоднородность откликов (смещение элементов официального, неофициального, научного стилей), а также разнообразие стилей, предпочитаемых разными пользователями.

По **культурной принадлежности** коммуникантов отклик относится к **межкультурному** типу коммуникации. В связи с тем что большинство авторов откликов не являются носителями английского языка, данный жанр толерантен в отношении отклонений от языковой нормы: *Osama Bin Laden is all *save, he is not *die*.

Рассмотрим отклики пользователей с точки зрения лингвистически релевантных **технических параметров** (сравните с [2]).

Жанру отклика, как показывает исследование, оказалась присуща низкая (в сравнении с другими жанрами КОК) степень **гипертекстуальности**. Непосредственно в тексте отклика довольно редко присутствуют гиперссылки, добавленные пользователями. Единственный обязательный вид гиперссылки – это метаданные.

Для отклика в целом характерна относительно высокая степень **потенциальной интерактивности**, создаваемая наличием под каждым откликом кнопки «Like», позволяющей другим пользователям реагировать на него. Кроме того, как уже указывалось выше, пользователи могут вступать в диалог друг с другом, а также ссылаться в своем отклике на мнения других пользователей.

Проявлением **мультимедийности** в отклике на новостные посты являются разнообразные смайлы, или эмодзи: *Congratulations and good luck prince William... don't forget to invite us :-)*.

Можно было бы утверждать, что в сравнении с другими жанрами КОК данный жанр близок к нулевой мультимедийности. Однако если рассматривать *лайки* как нетекстовую форму реализации отклика, то мультимедийность становится одним из ведущих признаков жанра.

Для жанра отклика характерен как **синхронный**, так и **асинхронный** тип коммуникации. Первый имеет место, если реакции пользователей поступают в режиме реального времени и носят неподготовленный, спонтанный характер (аналогично чату). Однако постоянное нахождение в режиме онлайн и оперативное реагирование на пост и отклики других пользователей в данном жанре необязательно.

Как и другие синхронные виды КОК, отклик схож с устным общением, однако благодаря **электронной** форме, как и чат, допускает многократное обращение

к сообщению, например с целью редактирования. В реальности пользователи, ощущая дефицит времени, как правило, игнорируют опечатки и стилистические погрешности, а также широко используют сокращения и опущения: **Nice to c dat atleast pepls wish realised!!!!* (т.е. *to see that at last people's*).

Как и для других видов КОК, для отклика характерна **дистантность** коммуникантов: пользователи взаимодействуют посредством компьютера, и их объединяет не единое физическое, а виртуальное пространство. Это создает возможность общения людей, лично не знакомых друг с другом. Частые посетители страницы могут узнавать друг друга, но формирования стабильных групп в этом случае не происходит (сравните с форумами). Таким образом, в данном жанре следует вести речь об удаленности коммуникантов друг от друга не только в физическом смысле, но и психологическом, и социальном.

По типу **эксплицированности / не эксплицированности** коммуникантов автора отклика можно отнести к эксплицированному типу коммуниканта, так как для того чтобы ставить *лайки* или добавлять текстовые отклики к посту, пользователю необходимо пройти процесс регистрации на веб-сайте. Однако следует оговорить, что подлинность указанной пользователем информации невозможно проверить: его виртуальная личность может отличаться от реальной. Процесс коммуникации поддерживается в среде только текстовым обменом, и визуальный контакт с собеседником отсутствует. Данный фактор, равно как и возможность анонимного участия в сетевом общении, дает пользователям большую степень свободы, нередко толкающую их на нарушение норм этики и этикета. В то время как собственно троллинг выявлен нами не был (это явление, видимо, более типично для форумов), некоторые отклики поражают своей грубостью (использование табуированной лексики, инвективов) и резкостью суждений, которые были бы недопустимы в условиях живого общения по причине угрозы потери лица. Категория лица, или лика (face), в КОК, очевидно, реализуется иначе, чем в устном общении.

Выше мы уже пытались показать, как особые условия общения, а также сложившаяся в рамках жанра практика использования технических возможностей влияют на **языковые** особенности откликов. Не менее важно рассмотреть влияние этих факторов на особенности **содержания**.

По отношению к посту отклик может быть как **релевантным**, так и нерелевантным (например, самореклама или предложение знакомства). Появление последних связано с отсутствием в рамках данного жанра жестких механизмов, пресекающих необоснованное отклонение от темы. Подчеркнем, что наш корпус включает только релевантные отклики.

Важнейшим конститутивным признаком жанра отклика в плане его содержания мы считаем приемлемость в этом случае особого вида **когерентности**, в целом не свойственного ни собственно устным, ни собственно письменным жанрам. Это тесно связано с присущей данному жанру синкретичностью, которая была отмечена выше.

Как уже было показано, отклики демонстрируют черты текстов, создаваемых и в режиме диалога/полилога, и в режиме монолога. В первом случае отклики реализуются в форме, напоминающей отдельную реплику (одно высказывание – один коммуникативный ход); во втором – в форме, напоминающей письменные монологические тексты при асинхронном общении. В режиме монолога в отличие от диалога сообщаемая информация не дробится на мелкие порции: адресант, не имея оперативной обратной связи с адресатом, затрагивает сразу несколько аспектов темы, а возможно, и несколько тем. В отличие от традиционных письменных жанров развернутый отклик обычно не характеризуется последовательным развитием темы и плавным переходом к следующей.

Целостность текста обеспечивается наличием у совокупности предложений не только общей темы, но и общего риторического фокуса (например, аргументирующего, реализуемого через тезис и ряд аргументов). В развернутых откликах нередко у каждого предложения обнаруживается собственный риторический фокус, в то время как в обычном случае риторический фокус – это текстовая категория. Иными словами, если применять к откликам привычные мерки, то типичный отклик выглядит как бессвязный набор предложений. Между тем, как показывает более глубокий анализ, это не так: смысловое единство отклика как целого текста обеспечивается соотносительностью его отдельных частей с различными элементами **фрейма** данного дискурсивного события. Из числа более ранних форм опосредованной коммуникации отклики в этом отношении, пожалуй, ближе всего к почтовым телеграммам. Тематическая связь высказываний в составе отклика с элементами фрейма осуществляется либо в форме отсылки, либо в форме адресации. Второе возможно только в том случае, когда речь идет о разумных участниках ситуации (подробнее см. [6]).

Для характеристики жанра важен вопрос о том, какова **коммуникативная** направленность откликов и/или их отдельных частей. Исследование показывает, что отклики характеризуются **многофункциональностью**, под которой мы понимаем как возможное наличие у текста отклика более одного риторического фокуса (см. выше), так и разнообразие коммуникативных функций, типично реализуемых откликом. В палитре последних представлены практически все категории традиционно выделяемых иллокутивных

актов: директивы (призывы, просьбы, советы); вопросы (общие и специальные); экспрессивы (эмоциональные реакции в виде оценочных комментариев, поздравления, пожелания, выражение благодарности, сочувствия и соболезнования), репрезентативы (информативы, рациональные реакции в виде выражения мнения, высказывания домыслов, предположений и прогнозов). Итак, **оценочный комментарий** события – это лишь одна из широкого спектра коммуникативных функций, выполняемых откликами. Для ее реализации типично используются синтаксические структуры, имеющие в своем составе такие прилагательные, как *amazing, awesome, brilliant, outstanding, sad, terrible, unbelievable, impossible, incredible* и др.

Отклики варьируются не только по линии иллокутивной функции, но и по линии запланированного **перлокутивного эффекта** и тесно связанной с ним **тональности**. В нашем корпусе широко представлены грубые, шуточные, ироничные и иронично-саркастичные высказывания, имеющие целью оскорбить, запугать, рассмешить, унизить прямого или косвенного адресата (о социальных функциях иронии подробнее см., например, [7]).

Таким образом, для **лингвистически** ориентированных исследований компьютерно-опосредованной коммуникации весьма актуальна задача выявления и описания специфичных для нее жанров. К их числу относится жанр отклика пользователя, имеющий ряд вариантов в зависимости от характера поста. Как показывает проведенное исследование, жанровая специфика откликов проявляется по линии: локализации в интернет-пространстве, стимула, коммуникативной ситуации, лингвистически значимых технических параметров, языкового оформления и содержания.

В заключение отметим, что при более широком **социолингвистическом** подходе существенный научный интерес представляет также вопрос о **социальных** функциях отклика, о тех мотивах, которые побуждают пользователей публично обозначать свою позицию, используя данный жанр. Для решения этого вопроса необходимо проведение дополнительного исследования с привлечением социологических методов, и мы надеемся вернуться к его обсуждению в последующих публикациях.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Внебрачных Р. А.* Троллинг как форма социальной агрессии в виртуальных сообществах / Р. А. Внебрачных // Вестник Удмуртского ун-та. Сер.: Философия. Социология. Психология. Педагогика. – 2012. – Вып. 1. – С. 48–51.
2. *Щипицина Л. Ю.* Компьютерно-опосредованная коммуникация : лингвистический аспект анализа / Л. Ю. Щипицина. – М. : КРАСАНД, 2010. – 296 с.

3. Гиссен Г. В. Медиаадекватное публицирование : содержание, концепция публикаций и презентаций / Г. В. Гиссен ; пер. с нем. – Харьков : Гуманитарный центр, 2012. – 248 с.

4. Андрианова Н. С. Жанры интернет-коммуникации : о некоторых подходах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/vdpu/Movozn/2008_14/article/3.pdf

5. Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации / В. Б. Кашкин. – М. : Флинта : Наука, 2013. – 224 с.

6. Андреева Д. А. Фрейм дискурсивного события «зрительский отклик на сообщение новостей» / Д. А. Андреева, М. А. Егорова // Дайджест 2012 : дипломные работы студентов факультета РГФ ВГУ / [под ред. Н. А. Фененко]. – Воронеж : ИПЦ ВГУ, 2012. – Вып. 13. – С. 8–15.

7. Шилихина К. М. Ирония как способ повышения авторитетности / К. М. Шилихина // Авторитетность и коммуникация : коллективная монография ; [под общ. ред. В. Б. Кашкина]. – Воронеж : Воронеж. гос. ун-т : Изд. дом Алейниковых, 2008. – С. 184–194.

Воронежский государственный университет

Егорова М. А., кандидат филологических наук, доцент кафедры теории перевода и межкультурной коммуникации

E-mail: yegorova_m@yahoo.com

Тел.: 8 (473) 222-73-62

Voronezh State University

Egorova M. A., Candidate of Philology, Associate Professor of the Translatology and Intercultural Communication Department

E-mail: yegorova_m@yahoo.com

Tel.: 8 (473) 222-73-62